

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan rumusan masalah dapat diketahui bahwa rumah makan pindang meranjat telah melakukan strategi pemasaran, tetapi dalam hal ini masih berjalan kurang maksimal, hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek yang sudah diterapkan yaitu sebagai berikut:

a) Segi *product* (menu) dari segi produk di rumah makan pindang meranjat memiliki ciri khas tersendiri yang membedakannya dengan masakan rumah makan lainnya, pemasaran produk di rumah makan pindang meranjat sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam, hal ini dapat terlihat dari produk yang ditawarkan memiliki kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, makanan yang layak atau tidak rusak menggunakan bahan dan cara pengolahan yang baik. Serta produk yang diperjual belikan adalah produk halal sebagaimana mestinya. Hanya saja dalam hal ini perlu adanya penambahan menu lain agar masyarakat memiliki pilihan yang bervariasi akan menu masakan yang disajikan.

b) Segi *price* (harga) pemasaran dari segi harga di rumah makan pindang meranjat memiliki pendapat yang pro dan kontra dimana dalam hal ini untuk masyarakat golongan menengah berpendapat harga menu di rumah makan pindang meranjat relatif terjangkau dan pengeluaran sesuai dengan apa yang didapatkan dirumah makan tersebut. Tetapi untuk masyarakat biasa harga tersebut terbilang

mahal dibanding rumah makan sekarang banyak yang menyajikan menu dengan harga lebih murah. Sehingga pendapat tersebut tergantung pada kondisi masing-masing konsumen, dalam hal ini pada dasarnya setiap orang berdagang di perbolehkan untuk mengambil keuntungan dari barang dagangannya selama hal tersebut tidak mendzalimi orang lain. Maka strategi pemasaran rumah makan pingang meranjat dalam segi harga jika dilakukan suka sama suka antara konsumen dan pembeli tidak dipermasalahan

c) Segi *place* (tempat) pemasaran yang ditinjau dari segi tempat rumah makan pingang meranjat sesuai dengan syariat islam dan sudah memenuhi kebutuhan, tempatnya strategis ditengah keramaian dan juga terdapat tempat untuk beribadah seperti mushola sehingga baik pengunjung ataupun karyawan tidak lupa menjalankan kewajibannya sebagai umat muslim.

d) Segi *promotion* (promosi) pemasaran dari segi promosi di rumah makan pingang meranjat sudah berjalan sesuai dengan perspektif ekonomi islam, dapat dilihat dari cara promosi yang jujur tidak melakukan unsur kebohongan, adapun rumah makan pingang meranjat melakukan penjualan dengan cara promosi melalui spanduk dan brosur, dalam hal ini tidak terjadi paksaan dan sebagainya dalam transaksi jual beli.

2. Strategi pemasaran rumah makan pingang meranjat dalam perspektif ekonomi islam sesuai karakteristik islam juga sudah diterapkan meliputi:

a) Teitis (*rabbaniyyah*) yaitu rumah makan pingang meranjat memegang teguh prinsip mencari Ridho Allah dan keberkahan.

b) Etis (*Akhlaqiyyah*) sikap atau akhlak baik diterapkan di rumah makan dari pemilik atau karyawan bekerja dengan terarah sesuai porsinya tidak terjadi tekanan serta ancaman.

c) Realistis (*al-waqiyyah*) dalam hal ini strategi pemasaran syariah merupakan konsep yang fleksibel mengutamakan nilai religius, taqwa, aspek moral dalam segala aktivitasnya.

d) Humanistis (*insaniyah*) yaitu tidak membedakan individu satu dengan yang lain menunjukkan sikap adil, jujur, disiplin, dan bertanggung jawab dilingkungan sekitar.

Adapun upaya peningkatan laba (omset) rumah makan pandang meranjat menggunakan strategi dalam pemasarannya, seperti segmentasi pasar dalam hal ini tidak memiliki segmentasi khusus konsumen yang datang dari berbagai macam daerah termasuk luar kota, rumah makan pandang meranjat ini termasuk wisata kuliner yang sering dikunjungi. Selain itu dari segi *targeting* pemasaran yang diterapkan di rumah makan pandang meranjat melalui setiap proses, misalnya dalam penyebaran informasi dari satu masyarakat ke masyarakat lain. Dalam strategi pemasaran *positioning* rumah makan pandang meranjat memiliki ciri khas tersendiri yang juga menjadi tanda pengenal membedakannya dari yang lain, Faktor inilah menjadi penyebab rumah makan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan.

B. Saran

Dengan dilandasi kerendahan hati sedalam dalamnya karena telah menyelesaikan pembahasan skripsi ini penulis memberi saran-saran. Hal ini dimaksudkan sebagai kritik yang membangun untuk perubahan lebih baik lagi kedepannya apalagi dalam strategi pemasaran islam dalam upaya peningkatan laba ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

Saran Kepada Rumah Makan Pindang Meranjat Jakabaring

1. Pada pemasaran segi *product* melakukan inovasi produk baru seperti menambah menu-menu lain agar lebih bervariasi sebagai upaya peningkatan daya saing serta meningkatkan kualitas layanan menjadi lebih baik, agar pendapatan laba meningkat.
2. Pada segi pemasaran *promotion* Melakukan strategi pemasaran lebih maksimal contohnya dalam digital marketing dimana hal ini dimaksudkan agar promosi rumah makan pindang meranjat lebih luas cangkupannya sehingga menarik lebih banyak lagi konsumen.
3. Strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi islam, Meningkatkan motivasi kesungguhan serta penerapan dalam bisnis berbasis syariah dengan memperhatikan nilai-nilai yang terkandung dalam islam agar berjalan semaksimal mungkin.