

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Peneliti menyimpulkan:

1. UD Fandi Ombu-Desa Ombu Jaya menggunakan konsep 7p untuk meningkatkan penjualan yang sesuai dengan etika bisnis islami. Konsep ini dibagi menjadi dua bagian: strategi pemasaran melalui 4p (produk, harga, tempat, promosi) dan 3p (orang, proses, dan bukti fisik). UD Fandi meningkatkan penjualan menggunakan cita-cita Nabi seperti *sidiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh*. Islam mengungkapkan ukuran produk, bentuk, dan penjual dan pembeli. UD Fandi menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut untuk mencocokkan barang dengan pemasaran.
2. Word of mouth sangat penting untuk penjualan beras UD Fandi di Ombu-Ombu Jaya karena terbukti meningkatkan penjualan. UD Fandi menjual 50 ton beras per hari tahun lalu, namun saat ini bisa mencapai 100 hingga 200 ton.
3. Pendekatan pemasaran UD Fandi Ombu-desa Ombu Jaya mengikuti standar bisnis Islami. Pendekatan pemasaran UD Fandi mengikuti cita-cita bisnis Rasulullah. UD Fandi hanya menjual barang-barang berkualitas tinggi.

5.2 SARAN

Peneliti merekomendasikan cara untuk membantu pihak terkait berdasarkan penelitian mereka:

1. Bagi pemilik UD Fandi desa ombu-ombu jaya

Sebaiknya pemilik UD Fandi di Desa Ombu-Ombu Jaya tetap mempertahankan pendekatannya, khususnya pemasaran yang berbasis

etika bisnis Islami. Untuk bersaing dengan yang lain, pemilik UD Fandi harus terus melakukan inovasi kualitas produk. Pemilik UD Fandi juga harus menggunakan Instagram dan Facebook untuk mempromosikan penjualan. Untuk mempromosikan UD Fandi dan meningkatkan pemasaran.

2. Bagi peneliti

Peneliti masa depan harus membangun studi sebelumnya. Sarjana masa depan dapat mempelajari Variabel Etika Bisnis Islam dan metode pemasaran.

