

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen ditinjau dari Etika Bisnis pada Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi, maka penulis dapat mengambil kesimpulan :

1. Dalam melakukan strategi pemasaran Saung Durian jatohan Abah Haji Hanafi menggunakan bauran pemasaran 4p. Strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen ditinjau dari etika bisnis ini sudah cukup memadai. Hal ini terbukti dalam bauran pemasaran 4p yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*). Untuk strategi produk saung durian jatohan abah haji hanafi membuat inovasi produk terbaru, meningkatkan mutu produk tersebut dan penyajian menu yang menarik. Untuk strategi harga mereka mengikuti harga pasar, menetapkan harga yang tidak terlalu mahal dan juga mengadakan diskon atau potongan harga di setiap pembelian sesuai dengan ketentuannya. Untuk strategi promosi selain promosi dari mulut ke mulut, saung durian abah haji hanafi melakukan pelayanan yang baik untuk konsumen mereka juga melakukan promosi menggunakan spanduk, brosur, media sosial whatsapp, instagram dan youtube. Untuk strategi tempat saung durian jatohan strategis, yaitu di jalan raya palka sindangsari yang dimana jalan tersebut merupakan jalur para wisatawan, dekat dengan

perkantoran, kampus, mudah ditemukan oleh konsumen dan mereka juga mengadakan sistem pesan antar ke alamat konsumen.

2. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen yang digunakan oleh saung durian jatohan abah haji hanafi sudah berjalan dengan baik. Mereka mempercayai segala bentuk perintah dan larangan Allah Swt. Mereka menjalankan pemasaran dengan cara yang halal dan menghindari pemasaran yang dapat mengakibatkan kemudharatan fisik dan moral masyarakat. Dalam menerapkan strategi pemasaran yang dilakukan Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi itu sudah sesuai dengan prinsip syariah yaitu prinsip ketaqwaan, kejujuran, keadilan, dan *Al-Amanah*. Produk buah durian yang di produksi saung durian jatohan abah hanafi juga halal, baik, berkualitas tinggi, tidak ada unsur-unsur barang yang haram. Penetapan harga nya juga sudah sesuai dengan ketentuan syariah mereka menetapkan harga sesuai dengan harga pasaran. Begitu juga dengan melakukan promosi di sana tidak ada unsur penipuan, mereka memberikan informasi secara jujur, jelas dan tidak melebih-lebihkan, dan produk yang di promosikan berkualitas. Untuk strategi tempat saung durian jatohan juga sangat memperhatikan kebersihan tempatnya, mulai dari tempat duduk pelanggan, tempat kasir, tempat pelayanan, dan adanya *delivery driver* atau pengantar durian konsumen dengan

menggunakan transportasi yang aman agar buah durian selamat dan aman sampai ke tangan konsumen.

3. Strategi *Marketing Mix* Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi berdasarkan analisis SWOT adalah ditinjau dari Produk (*Product*), pertama kekuatannya adalah produknya memiliki kualitas tinggi, adanya garansi produk, dan banyak diminati semua kalangan. Kedua kelemahannya adalah buah durian yang ketergantungan pada musim, tidak seragamnya dari segi ukuran buah durian. Ketiga peluangnya adalah bisa bekerja sama dengan mitra lain, mengembangkan produk olahan durian. Keempat ancamannya adalah buah durian yang terlalu ketergantungan dengan musim, adanya pesaing dengan produk durian sejenis, dan bencana alam. Ditinjau dari Harga (*Price*), pertama kekuatannya adalah buah durian yang dijual dengan harga yang terjangkau dan mengikuti harga pasaran. Kedua kekurangannya adalah kurangnya strategi diskon dan promosi. Ketiga peluangnya adalah bisa mengadakan program diskon untuk pelanggan setia dengan harga yang kompetitif. Keempat ancamannya adalah ada persaingan harga dari penjual durian lain, menurunnya harga durian di pasaran yang dapat memengaruhi margin keuntungan usaha. Ditinjau dari Promosi (*Promotion*), pertama kekuatannya adalah memiliki promo dan penawaran khusus, penggunaan media sosial, spanduk sebagai sarana promosi. Kedua kekurangannya adalah kurangnya inovasi

dalam strategi promosi dan promosi yang kurang maksimal di media sosial. Ketiga peluangnya adalah bisa mengadakan atau mengikuti *event festival* khusus durian dan memaksimalkan promosi di media sosial lainnya. Keempat ancamannya adalah adanya persaingan promosi dari usaha atau bisnis durian lain. Ditinjau dari Tempat (*Place*), pertama kekuatannya adalah saung durian jatohan abah haji hanafi memiliki lokasi yang strategis, adanya lahan parkir yang memadai, mudah di akses oleh para pengunjung atau konsumen, berdekatan dengan pusat kota, perkantoran, kampus dan bertempat di pinggir jalan yang biasa dilalui wisatawan. Kedua kekurangannya adalah kurangnya promosi terkait tempat saung durian jatohan, minimnya fasilitas pendukung di saung durian jatohan dan keterbatasan kapasitas tempat duduk. Ketiga peluangnya adalah bisa bekerja sama dengan tempat wisata terkenal, membuka usaha baru atau ekspansi ke lokasi baru, memperluas area tempat duduk untuk pengunjung. Keempat ancamannya adalah adanya persaingan yang berdekatan dari bisnis sejenis.