

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Setelah peneliti melakukan analisis dalam bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di Profotex Fashion Kudus afalah adanya kejujuran dan keterbukaan dalam bekerja sehingga nantinya bekerja akan merasakan kenyamanan dan ketentraman saat melakukan pekerjaan apapun.
2. Kelebihan penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di Profotex Fashion Kudus bagi karyawan untuk selalu melakukan hal-hal yang positif, seperti disiplin dalam bekerja, jujur dalam bekerja, terbuka dalam bekerja, tidak malas atau tetap semangat, memiliki motivasi kerja yang tinggi, dan lain sebagainya. Sedangkan kelemahannya sendiri adalah menjadikan karyawan kadang jenuh dengan situasi kerja yang monoton.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya meliputi:

1. Diharapkan bagi perusahaan dapat mempertahankan dengan baik penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran yang ada dan agar menjadi barakah rezeki yang diterimanya.
2. Diharapkan bagi karyawan lebih memperhatikan etika bisnis Islam dengan baik dalam komunikasi pemasaran sehingga nanti akan mendapatkan pelanggan yang lebih banyak lagi.
3. Untuk memperoleh hasil studi yang lebih baik dan akurat, perlu dilakukan uji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran dengan menambahkan variabel yang lebih banyak.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, yang meliputi:

1. Keterbatasan literatur hasil penelitian sebelumnya yang masih kurang yang peneliti dapatkan
2. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga membuat penelitian ini kurang maksimal
3. Keterbatasan pengetahuan peneliti dalam membuat dan menyusun tulisan ini sehingga perlu diuji kembali keandalannya ke depan.

