

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis strategi pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara dalam perspektif etika bisnis Islam di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Strategi pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara secara umum terdiri dari empat aspek yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi distribusi. Secara keseluruhan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan dan meningkatkan keuntungan atau laba usaha. Strategi pemasaran pada aspek produk dilakukan dengan menjual produk makanan siap saji beku yang biasa disebut dengan *frozenfood* yang memiliki jenis beragam antara lain sosis, tempura, scallop, otak-otak, kaki naga dan lain-lain. Strategi pemasaran pada aspek harga dilakukan dengan penetapan harga jual yang berbeda antara reseller yang akan menjual kembali produk tersebut dengan pembeli yang mengkonsumsi secara langsung produk *frozenfood* tersebut. Strategi pemasaran pada aspek promosi dilakukan dengan promosi pada WA grup, stori WA dan pemasangan spanduk di depan toko. Strategi pemasaran pada aspek distribusi dengan menggunakan dua sistem yaitu *delivery order* dan pemasaran langsung di toko.
2. Strategi pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara dalam perspektif etika bisnis Islam berlandaskan pada keyakinan bahwa pemilik sebagai umat diwajibkan untuk menjalankan usaha sesuai dengan kaidah Islam. Sikap etika bisnis Islam yang melandasi strategi pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara meliputi sikap *siddiq*, sikap *amanah*, sikap *fathonah*, sikap *tabligh*. Pada sikap *siddiq*, Berkah Frozen Mayong Jepara menjual produk yang jika ditimbang memiliki berat yang sesuai dengan yang tertera di kemasan. Pada sikap *amanah*, Berkah Frozen Mayong Jepara dapat menjaga kepercayaan baik konsumen maupun reseller. Pada sikap *fathonah*, Berkah Frozen Mayong Jepara cerdas dalam memasarkan barangnya, misalnya jika ada pesaing produsen lain yang juga menjual produk yang sama maka Berkah

Frozen Mayong Jepara akan mengutamakan pada ketepatan waktu penyeteroran barang ke toko tersebut. Pada sikap *tabligh*, Berkah Frozen Mayong Jepara selalu komunikatif dalam memasarkan produk yang dijual, misalnya dengan membuat stori WA dengan kata-kata yang menarik minat dan perhatian.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan terdapat beberapa saran dari peneliti terkait analisis strategi pemasaran Berkah Frozen Mayong Jepara dalam perspektif etika bisnis Islam maka saran dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Berkah Frozen Mayong Jepara perlu meningkatkan jenis atau varian produk frozen food, yang sesuai dengan permintaan dari konsumen kepada perusahaan. Penambahan jenis varian produk ini diperlukan untuk menjadikan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap Berkah Frozen Mayong Jepara.
2. Berkah Frozen Mayong Jepara perlu melakukan penyesuaian harga jual produk dengan survey pasar terhadap harga pesaing competitor yang menjual produk sejenis.
3. Berkah Frozen Mayong Jepara perlu melakukan perbaikan pada saluran distribusi pemasaran produk. Evaluasi ini dibutuhkan untuk sistem pendistribusian yang lebih efektif dan efisien.