

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Adapun strategi pemasaran yang terdapat dalam *Home industry* Telur Asin ibu Faizah adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran. Adapun Strategi Bauran Pemasaran tersebut dilakukan menggunakan 4 konsep yaitu Strategi Produk, Harga, Tempat dan Promosi. Namun ketika penelitian meneliti di *Home industry* ini sedang mengalami penurunan karena adanya Pandemi Covid-19. Namun demikian *Home industry* Telur Asin ibu Faizah ini mampu bertahan dimasa pandemi Covid-19.
2. Pemasaran Dalam Islam merupakan kegiatan merumuskan usaha-usaha yang sesuai dengan islam. Penerapan strategi Pemasaran yang telah dirancang oleh *Home Industry* telur Asin Ibu Faizah Sudah berjalan dengan baik, Yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran sesuai dengan ajaran islam, yaitu dengan 4 konsep:
 - a. Produk: Bisnis ibu Faizah memproduksi telur asinnya memegang sifat jujur dan tidak ada yang dirugikan.
 - b. Harga: Penetapan harga di *Home Industry* telur asin Ibu Faizah tidak memberatkan konsumen dan berlaku adil, dan tidak ada yang dirugikan.
 - c. Tempat: *Home Industry* telur asin ibu Faizah sesuai dengan etika islam yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau konsumen.
 - d. Promosi: Bisnis Telur Asin Ibu Faizah tidak menjatuhkan para pesaing dalam memasarkan produknya.

B. Saran-Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Bagi *Home Industry* milik ibu Faizah

Implementasi perencanaan pemasaran yang dilakukan *Home Industry* milik ibu Faizah diharapkan dapat bertahan pada proses pemasaran maupun manajemen sehingga dapat menciptakan kinerja marketing perspektif *Islam* yang lebih unggul.

Home Industry milik ibu Faizah juga harus mempunyai ide kemasan ataupun inovasi yang baru tanpa harus menunggu atau meniru inovasi telur asin yang sudah ada dipasaran, ini

dimaksudkan agar *Home Industry* milik ibu Faizah tidak kalah saing dalam pemasaran.

2. Bagi peneliti

Diharapkan dalam melakukan penelitian lebih cermat, teliti dan mampu menguraikan dan dalam penggunaan kata maupun kalimat dengan baik yang intinya diharapkan lebih baik dari penulis.

