

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun beberapa kesimpulan dari penelitian ini akan diuraikan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penerapan strategi marketing dan pelayanan dalam memasarkan produk usaha martabak bangka oleh pengusaha martabak bangka yang ada di Kecamatan Tampan yang meliputi beberapa kriteria yakni kualitas produk, harga, tempat/lokasi, promosi, secara keseluruhan dapat di simpulkan telah berjalan cukup baik, walaupun terdapat beberapa kriteria yang masih belum maksimal yakni kurangnya sarana promosi sehingga banyak pelanggan berpindah-pindah dalam membeli produk martabak, kebanyakan dari pelanggan beranggapan bahwa semua martabak bangka yang ada di Kecamatan Tampan ini sama dan ketika mereka membeli ternyata rasanya berbeda. Ini dikarenakan setiap pengusaha memiliki resep yang berbeda mulai dari bahan hingga cara pengolahannya. Maka sarana promosi ini diperlukan untuk memperkenalkan produk yang akan dijual dan ini akan berdampak juga pada pendapatan setiap pengusaha jika produk mereka disukai banyak pelanggan.
2. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap penerapan strategi marketing dan pelayanan pada usaha martabak bangka dalam rangka meningkatkan pendapatan pengusaha seta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap

produk martabak bangka` yang ditawarkan oleh pengusaha martabak yang ada di Kecamatan Tampan ini sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam tentang pemasaran suatu produk, kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan serta pelayanan kepada pelanggannya.

B. Saran

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis menyadari dalam penulisan ini banyak terdapat kesalahan, hal tersebut dikarenakan kemampuan penulis yang sangat terbatas. Baik itu masalah pengalaman maupun pengetahuan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kepada pembaca agar dapat kiranya dalam penulisan berikutnya dengan pembahasan yang hampir sama dapat lebih menyempurnakan kekurangan dalam penulisan ilmiah ini.

Adapun saran-saran penulis dalam hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Semakin menjamurnya usaha martabak bangka yang tersebar di kecamatan tampan maka secara tidak langsung membawa para pengusaha martabak bangka ini kepada persaingan yang cukup ketat dalam menarik pelanggan sebanyak-banyaknya, karena hal tersebut diharapkan dapat terciptanya iklim persaingan usaha yang sehat. Perbaiki sarana dan prasarana pendukung usaha serta menjaga kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan merupakan kunci dalam menghadapi persaingan usaha.

Penerapan strategi marketing serta pelayanan yang baik dan berjalan maksimal akan dapat menjadikan pelanggan tertarik terhadap produk yang ditawarkan dan akan berorientasi terhadap pendapatan pengusaha martabak tersebut dan loyalitas pelanggan, maka pemahaman

kepada pelanggan oleh pengusaha menjadi poin penting dalam menarik pelanggan.

Penulis menyarankan agar penelitian ini tidakanya sampai disini, melainkan penulis berharap semoga masih banyak lagi ilmuan-ilmuan yang melanjutkan penelitian ini khususnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Ekonomi Islam.