

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan prospektif bisnis Islam maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada *café inout* dapat ditemukan dua hal yaitu faktor eksternal dan faktor internal.
 - a. faktor eksternal yaitu merupakan faktor diluar kendala *café inout* yang dapat memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan. Keberhasilan perusahaan terletak pada kemampuannya menghadapi dan beradaptasi dengan kondisi pasar yang selalu berubah. Hal ini mempengaruhi strategi untuk menentukan bagaimana cara serta kapan saat yang tepat untuk bertahan dan berkembang faktor di luar kondisi *café* seperti segmen pasar.
 - b. faktor internal yaitu variabel-variabel yang merupakan faktor-faktor kunci yang dikuasai oleh perusahaan. Faktor internal menghasilkan sejumlah informasi tentang kekuatan dan kelemahan organisasi. Hasil dari faktor internal diperoleh dari hasil pengamatan langsung dan hasil dari wawancara. Kondisi dan kemampuan penjual, promosi, dan modal

2. Pemasaran yang dilakukan oleh café inout dalam memasarkan produknya berada dalam koridor-koridor syariah yang mengacu kepada Al-qur'an dan Hadis sebagai sumber utama. Dalam arti pemasaran yang dilakukan oleh café inout tidak akan merugikan salah satu pihak karena dilandasi dengan konsep strategi pemasaran yang berdasarkan kepada ketuhanan, etis dan humanitis yang dijalankan dengan prinsip keadilan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengembangkan dan meningkatkan pendapatan pada inout.

1. Memperluas promosi, pemasaran atau membuat kemasan yang lebih menarik untuk menarik minat pelanggan.
2. Mengoptimalkan dan Memanfaatkan media social sebagai pemasaran.