

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Dari penelitian yang penulis peroleh maka dapat diambil kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan Depot Mie Setan Sadis di kota Banjarmasin adalah:
  - a. Membuat *branding* pada nama usaha semenarik mungkin agar membuat penasaran para konsumen dengan menggunakan nama Setan Sadis.
  - b. Membuka cabang baru dengan memberikan inovasi yang berbeda dari segi penampilan ruangan.
  - c. Promosi melalui brosur, *internet* dan iklan di radio untuk memperluas jangkauan pemasaran.
  - d. Memberikan kupon berhadiah pada waktu tertentu bagi setiap pembelian di Depot Mie Setan Sadis berupa smartphon sebagai salah satu cara menarik minat konsumen agar tertarik untuk datang kembali.
  - e. Melakukan kerjasama dengan salah satu saluran radio (e-Radio) untuk pengumuman pemenang kupon berhadiah sekaligus sebagai ajang mempromosikan Depot Mie Setan Sadis.

- f. Membentuk tim pemasaran khusus yang bertugas memperluas jangkauan pemasaran produk mie setan sadis untuk meningkatkan jumlah penjualan.
  - g. Mempertahankan cita rasa yang khas dan sulit dilupakan oleh penikmatnya agar konsumen puas dan menyampaikannya kepada orang lain (dari mulut ke mulut).
  - h. Bumbu khusus yang langsung diracik sendiri oleh para koki dengan harga jual yang selalu diperhatikan agar bersaing dan terjangkau di pasaran.
  - i. Pelayanan (*service*) dengan cara yang unik kepada konsumen yaitu, pembeli harus memesan dengan menyebutkan nama dan para *waiter* akan mengantar pesanan sesuai dengan nama yang tertera dalam nota pemesanan.
  - j. Selalu berinovasi dengan mengeluarkan prodak baru yaitu, bakso kuah (Batu) iblis/angel, mie indomie dengan aneka paduan rasa dan *Signature Ice Bland* dan minuman bersoda pada minuman.
2. Alasan menggunakan kata setan sadis digunakan untuk menarik konsumen agar mencoba menu yang disediakan di Depot Mie Setan Sadis, sehingga memberikan rasa penasaran dan menarik minat para konsumen agar datang dan mencoba.
  3. Islam membolehkan manusia dalam bertransaksi atau melakukan usaha karena tujuan hidup manusia adalah untuk mencapai *mashlahah*, asalkan sesuai dengan prinsip-prinsip yang Syariah.

Namun terdapat ketidak sesuaian dari perspektif ekonomi Islam, pada penggunaan nama usaha yang tidak lazim dari segi penamaan/*Branding* pada usaha Depot Mie Setan Sadis seperti kata setan yang digunakan untuk nama pada usaha dan menu-menu yang disediakan Depot Mie Setan Sadis.

## **B. Saran- saran**

1. Berdasarkan hasil dari penelitian, sebagai saran untuk memperluas pandangan terhadap penamaan/*branding* pada usaha perlu kiranya mengkaji ulang tentang penamaan usaha dipandang dari sudut ekonomi Islam. Sehingga bukan hanya melakukan usaha untuk tujuan hidup tetapi agar tidak melupakan keberkahan dari usaha tersebut dilihat dari sudut pandang agama.
2. Bagi para peneliti berikutnya melihat masih banyaknya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran dengan menggunakan nama yang tidak lazim. Selain itu dapat pula dengan mengambil objek yang berbeda tidak hanya sebatas pada strategi pemasarannya saja, namun dapat meneliti kearah persepsi konsumen terhadap usaha yang menggunakan nama yang tidak lazim.