

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan uraian pemaparan mengenai penjelasan dan analisa yang telah dikemukakan maka penelitian dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Lookshard Barberspace melakukan teknik *direct marketing* dan *sales promotion* dengan komunikasi langsung dengan pelanggan melalui promosi di *instagram* dan *whatsapp* serta membuat diskon-diskon pada hari tertentu. Daya tarik *informational* dimanfaatkan melalui informasi mengenai menu, layanan konsultasi, layanan pendukung lain seperti tempat *free wi-fi*, *space child*, konten-konten seperti gaya rambut yang sesuai untuk bentuk kepala dan tekstur rambut serta produk-produk rekomendasi. Aktivitas promosi dan daya tarik Lookshard Barberspace sudah menjalankan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam yaitu kesatuan (*tauhid/unity*), keseimbangan (*adil/equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*amanah/responsibility*) dan kebenaran dan kejujuran (*shiddiq/honesty*).
2. Kendala yang dialami Lookshard Barberspace dalam mengembangkan bisnis adalah *internal resource constraints* atau kendala sumber-sumber internal yaitu sumber daya manusia atau tenaga kerja akibat mendapati karyawan yang tidak menginginkan bekerja dalam jangka panjang. Sehingga Lookshard Barberspace kesulitan untuk menutupi pekerjaan yang

kosong ketika karyawan berhenti dan butuh waktu lagi untuk mencari karyawan baru. Selain itu *Covid-19* menjadikan Lookshard Barberspace mengalami *external constraint* atau kendala eksternal pada akhir tahun 2020. Kendala tersebut terjadi karena adanya perubahan perilaku dan keterbatasan aktivitas oleh masyarakat. Akibatnya terjadi penurunan permintaan yang dirasakan bagi Lookshard Barberspace.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil analisa dan kesimpulan yang dipaparkan, maka peneliti mengemukakan saran agar menjadi acuan dan perbaikan untuk Lookshard Barberspace dan Etika Bisnis Islam dalam menjalankan bisnis di Kota Amuntai serta untuk peneliti selanjutnya:

1. Lookshard Barberspace hendaknya menambah media promosi ke *platform* lain seperti *facebook* dan *twitter* sehingga memperluas jaringan dan daya tarik promosi.
2. Dalam menentukan target konsumen akan lebih baik jika Lookshard Barberspace memperluas frekuensi target usianya, tidak terpaku pada usia 18 sampai 27 tahun saja, karena remaja usia dibawah 18 tahun juga memperhatikan akan penampilan mereka.
3. Dalam menangani kendala internal yang terjadi hendaknya Lookshard Barberspace menerbitkan kontrak atau perjanjian kerja tertulis terhadap karyawan, sehingga dapat mencegah terjadi masalah di kemudian hari.