

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Dari pembahasan yang sudah dijabarkan juga data-data yang penulis dapatkan dari penelitian seperti yang sudah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi bisnis yang dijalankan oleh bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik ialah:
  - a. Strategi bengkel Darma Santoso ialah:
    - 1) Strategi pasar yaitu, segmentasi geografis untuk daerah handil bakti, segmentasi demografis untuk usia remaja sampai dewasa, dan segmentasi psikografis untuk minat para pelanggan yang ingin menyervis sepeda motornya di bengkel ini daripada di bengkel lain.
    - 2) Strategi produk pemasaran jasa yaitu, memasang spanduk, memberikan pelayanan jasa servis sepeda motor dengan sebaik-baiknya, mempunyai 2 karyawan yang handal, dan berkerja dengan cekatan.
    - 3) Strategi penetapan harga jasa yaitu, menetapkan harga diawal dan sesuai dengan kesepakatan.

- 4) Strategi bauran promosi yaitu, memasang spanduk, *personal selling* atau interaksi tatap muka, dan menerapkan garansi servis.
- b. Strategi bengkel Upik adalah:
- 1) Strategi pasar yaitu, segmentasi geografis untuk daerah handil bakti, segmentasi demografis untuk usia remaja sampai dewasa dan Segmentasi psikografis untuk minat atau keinginan para pelanggan yang ingin menyervis sepeda motornya dibengkel ini karena ada karakteristik khusus yang ada pada bengkel ini.
  - 2) Strategi produk pemasaran jasa yaitu, memasang spanduk, memberikan pelayanan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, dan memiliki 2 karyawan yang ahli.
  - 3) Strategi penetapan harga jasa yaitu, kesepakatan harga ditetapkan di awal.
  - 4) Strategi bauran promosi yaitu, memasang spanduk, memberikan potongan harga kepada pelanggan yang membeli barang-barang seperti oli, suku cadang, dan lain-lain, *personal selling* atau interaksi tatap muka, *direct and online marketing*, dan adanya garansi servis.

Perbedaan strategi ke 2 bengkel ini:

- a. Bengkel Darma lebih cekatan daripada bengkel Upik.

- b. Bengkel Upik memberikan harga yang murah bagi pelanggan yang setia membeli produk di bengkelnya, sedangkan bengkel Darma tidak.
    - c. Bengkel Upik menggunakan via telepon untuk mendengarkan keluhan pelanggan, sedangkan bengkel Darma tidak.
  2. Kendala yang dialami oleh bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik dalam menjalankan bisnis bengkel sepeda motor ialah kadang-kadang sulit dalam mendapatkan modal, ada beberapa pelanggan yang meminta harga sangat murah, dan kurangnya tenaga kerja mekanik.
  3. Perilaku bisnis tersebut dalam perspektif bisnis syariah adalah jujur, memberi kemudahan, ramah, tidak menjelekkkan bisnis orang lain, tetap beribadah meskipun sibuk, membayar upah, bisnis dilakukan dengan sukarela, bengkel Darma sering bermasalah dalam pembayaran kredit kepada pemasok sedangkan bengkel Upik tidak, bersih dari riba, rajin, murah senyum, amanah, dan memenuhi akad dan janji.

## **B. Saran-saran**

1. Kepada pihak bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik diharapkan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada para pelanggan sehingga para pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. Kepada pihak pelanggan yang sudah menerima jasa servis sepeda motor di bengkel Darma Santoso dan bengkel Upik diharapkan agar merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan bengkel-bengkel tersebut.
3. Kepada para peneliti selanjutnya yang ingin meneliti yang berhubungan dengan strategi bisnis bengkel sepeda motor pada bengkel Darma Santoso dan Bengkel Upik diharapkan agar dapat menjalankan penelitian yang perbandingan dengan subyek dan obyek yang lain.