BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam bab ini penulis membahas temuan yang telah diteliti di Toko Hijrah Motor kemudian dianalisis menurut etika bisnis Islam. Temuan tersebut sesuai dengan tujuan penelitian yang dibahas di awal. Agar dapat benar-benar menjadikan setiap temuan tersebut kokoh dan layak untuk dibahas.

1. Upaya Toko Hijrah Motor dalam meningkatkan penjualan ban Aspira adalah dengan cara menetapkan target pasar kepada masyarakat umum di Muara Uya khususnya supir truk, dalam meningkatkan penjualan ban Aspira Toko Hijrah Motor menjalankan teori strategi pemasaran (promosi). karena produk yang dijual oleh Toko Hijrah Motor selalu *update* tentang alat-alat sparepart, sehingga dapat menarik pembeli dan meningkatkan penjualan.
2. Kendala Toko Hijrah Motor dalam meningkatkan penjualan ban Aspira adalah minat membeli konsumen yang lemah terhadap ban Aspira, karena sebagian konsumen masih meragukan kualitas dari ban Aspira itu sendiri dimana hal tersebut terjadi karena ban Aspira termasuk golongan produk baru dalam kalangan ban truk.

B. Saran-saran

Dari berbagai uraian yang telah dikemukakan di atas, ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan:

1. Hendaknya Toko Hijrah Motor bisa melakukan promosi dalam bentuk yang lain seperti periklanan yang bisa dilakukan di tv kabel, sosial media (instagram), dan pembuatan benner.
2. Toko Hijrah Motor hendaknya bisa memberikan hadiah yang lebih bervariasi lagi sebagai bentuk promosi penjualannya seperti membuat membercard, *voucer* khusus dll.
3. Hasil penelitian diharapkan menjadi masukan dan landasan awal bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat permasalahan tentang pemasaran, khusunya pembelian ban Aspira