

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Cilok Dara Franchise sudah bisa dikatakan berhasil untuk meningkatkan penjualan, dan telah melakukan pemasarannya dengan konsep syariah. Strategi pemasaran yang dilakukan Cilok Dara Franchise yaitu dengan memilih pasar yang dituju, yakni dengan menggunakan strategi segmentasi, *targetting*, dan *positioning*. Selain itu juga dengan mengembangkan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari pembeli dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
2. Implementasi pemasaran bisnis kuliner yang dilakukan Cilok Dara Franchise sudah menggunakan prinsip ekonomi syariah. Di mana kegiatan usaha-usaha tersebut dilakukan sesuai hukum-hukum syariah di bidang pemasaran dalam mencapai tujuan dan sasaran di masa yang akan datang. Dalam segi promosi Cilok Dara Franchise sudah bisa dikatakan berhasil karena banyak masyarakat yang sudah mengetahui dan usaha nya dikenal banyak orang hingga luar kabupaten. Dan telah tersebar luas agen-agen diluar kabupaten seperti semarang, demak, purwodadi, kudas, jepara, tayu, cluwak, rembang, cepu, blora, dan sukolilo.

B. Saran-Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis maka saran untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Cilok Dara Franchise

Implementasi perencanaan yang telah dilakukan oleh Cilok Dara Franchise diharapkan dapat berkembang dan bertahan dalam manajemen maupun proses pemasaran, sehingga dapat menciptakan perusahaan yang mempunyai kinerja marketing yang berhubungan dengan marketing dalam perspektif ekonomi syariah yang lebih maju.

2. Bagi peneliti

Diharapkan agar bisa melakukan penelitian lebih detail dan cermat, dan mampu menguraikan lebih baik lagi dalam menggunakan kata dengan kalimat yang baik dan benar.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar menjadikan penelitian ini sebagai referensi dengan sudut pandang yang berbeda. Penelitian ini berisi tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan implementasi pemasaran dalam perspektif ekonomi syariah. Untuk itu diharapkan pada masa yang akan datang, peneliti selanjutnya bisa meneliti lebih mendalam lagi tentang usaha Cilok Dara Franchise dengan metode-metode yang lebih baru.

