

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dari teori bab II dengan yang peneliti temukan di lapangan yang dituangkan dalam bab IV, dan berdasarkan analisis yang peneliti lakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh Toko Miss Glam Kota Padang yaitu mencakup penawaran produk dengan potongan harga, di mana analisis dilakukan berdasarkan informasi dari lapangan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. kepada kalangan Generasi Z, muda-mudi, generasi milineal, generasi hits, di mana dalam memasarkan produk, tentunya Miss Glam mengupayakan produk-produk viral dan apa yang marak sekarang di kalangan muda-mudi, dengan menghadirkan produk-produk yang lagi pop berbaur Korea dan bernuasa pink sesuai kekhasan Toko Miss Glam. Tidak lepas dari itu sosial media juga menjadi bahan utama dalam memasarkan produk-produk yang dijual di Toko Miss Glam, seperti Tiktok, instagram, aplikasi *Mis Vip* serta memanfaatkan teknologi seperti produk-produk diskon yang diberikan melalui informasi tersebut.
2. Tinjauan etika bisnis Islam di Toko Miss Glam Kota Padang, baik dari segi produknya yang diskon, dengan melihat data-data dari lapangan dan konsumen yang berbelanja, adanya kesalahpahaman antara konsumen dan pihak Miss Glam, diskon yang diberikan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dari etika bisnis Islam itu sendiri, namun ada 3 prinsip yang dilanggar dari Toko Miss Glam Padang. Di mana ada prinsip kebenaran (*Ihsan*), pertanggungjawaban, dan bebas *gharar*. Diskon yang diberikan juga mempunyai syarat dan ketentuan berlaku, yang tidak disebutkan secara transparansi, padahal dalam berbisnis secara Islam tentunya wajib memberitahu kepada pihak konsumen apa bentuk dari yang diskon, tetapi kenyataan ada beberapa konsumen mengeluhkan hal tersebut, seperti

keluhkan dari harga yang tertera di etalase ternyata berbeda di kasir, kemudian label harga belum dicopot padahal diskonnya sudah habis hal inilah yang harus diperhatikan oleh Toko Miss Glam Kota Padang.

## **5.2 Saran**

Setelah melakukan penelitian dan mendapatkan kesimpulan dalam hal ini penulis memberikan beberapa saran-saran yang diharapkan berguna bagi pembaca, khususnya para muda-mudi, generasi Z, generasi hits dan maupun kalangan konsumen yang berbelanja di Toko Miss Glam Padang maupun pihak toko. Adapun saran-sarannya sebagai berikut:

1. Untuk pihak Toko Miss Glam Kota Padang untuk lebih memperhatikan dalam penempelan label diskon, informasi dari diskon serta diskon yang diberikan mempunyai syarat dan ketentuan nya apa-apa saja, agar tidak adanya kesalahpahaman dari konsumen.
2. Untuk konsumen yang berbelanja juga harus teliti, tentang apa saja dari produk tersebut yang diberikan diskon oleh toko, perlu juga etika dalam berbelanja seperti berkomunikasi kepada pegawai atau mis yang stand by berada di etelase dari produk-produk tersebut untuk menghindari kesalahpahaman dan kenyamanan dalam berbelanja, karena semua yang telah disediakan oleh Toko Miss Glam Kota Padang telah memenuhi syarat dan ketentuannya, baik dari segi pemasaran itu sendiri agar tidak terjadinya miskomunikasi. Apabila konsumen yang mengalami hal yang tidak sesuai dalam perbelanjaan pihak dari toko pasti akan mengganti atau bertanggung jawab.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- A.A. Nasution, 2021."Akutansi Perpajakan Politeknik Unggul LP3M. Jurnal Manajemen. Vol 7 no 2
- Acmad ,Rizal, 2020. *Buku ajar manajemen Pemasaran* di Era Masyarakat industri 4.0. CV Budi Utama
- Adrian, M., & Mulyaningsih, H. dwi. (2017). PENGARUH PENDAMPINGAN USAHA TERHADAP KINERJA UMKM (Studi pada UMKM peserta program PUSPA 2016 yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia). E-Proceeding of Management, 4(1).
- Ajat, Rukajat. 2018. Pendekatan Penelitian Kualitatif Research Approach. Yogyakarta: Deepublish.
- Akmal Tarigan, Azhari. Tafsir Ayat Ekonomi, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016
- Alma, B., & Priansya, D.J. 2014." *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Al-Quran, Departemen Agama RI. 2004. *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung: Al-Jumanatul Ali J-ART
- Al-Sheikh, Abdullah, 2001. Kasir Ibnu Kasir Terj. Abdi Ghofar, Jilid 4 Bogor: Pustaka Imam Syafi'i
- Arikunto S. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Ash-Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi. 2000. *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur*. Yogyakarta: PT. Pustaka Rizki Putra
- Assauri, S. 2014 manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali press
- Assauri, Sofjan, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Astuti, M., & Amanda , A.R. 2020 *Pengantar manajemen*. Depublis.
- Bandroen, Faisal, et all, 2006. " *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana
- Boune, Louis, E. Kurtz, David L. 2008. "*Pengantar Bisnis Kontemporer 1*". buku 1 Selemba empat Jakarta
- Bunjamin, S.E ., Msi. 2021. Manejemen Pemasaran. CV listerasi Nusantara Abadi

- Cholid, Narbuko et all, 2005 "Metedologi Penelitian". Jakarta: Bumi Aksara
- Danim, Sudarwan. 2002, *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia
- Djakfar, Muhammad. 2012. " *Etika Bisnis dalam perspektif Islam*" . Malang: Uin Malang press
- Fandy, Tjipno, 2015. Yogyakarta: Andi Offset
- Fauzi et all, 2022." *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pacal Books
- Hardiyanto, Azim, M. 2015. "Mikroalga Sumber pangan dan energi masa depan; UPT UNDIP: Press Semarang
- Iltiham,M. F., & Danif. 2016. "Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam Pada Manajemen Perhotelan PT Syariah Guest House Malang. Jurnal Malia 7 (2)
- Kertajaya, H., Sula, S. 2006." *Syariah Marketing*". Bandung: Mizan Pustaka
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip, Amsrong, Garry. 2008 "Prinsip-prinsip pemasaran , Jilid 1 Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1993 "Manajemen Pemasaran edisi ketujuh. Jakarta: FE Universitas Indonesia
- Kotler,P, Armstrong, G. 2017. " Buku Principles Of Marketing (prinsip Pemasaran) Edisi ke-14. Prentice Hall.
- Kurniawan, Muhammad. 2024. "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam di Reli Butik Kota Metro". Skripsi. Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Lestari, Putri Sari. 2023. "Prinsip Umum Etika Bisnis". Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Vol 8 No 2
- Maisaroh, 2023. "Strategi Pemasaran Pedagang Perspektif Etika Bisnis Islam". Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

- Malahayatie. 2022. *Konsep Etika Bisnis Islam*. Aceh: Sefa Bumi Persada
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Datadalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhaimin, 2020. "Metode Penelitian Hukum". Mataram: Mataram University Press
- Mujib, Syaiful. 2018. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Air Minum dalam Kemasan (Studi Kasus di Agen Air Minum AF)". Skripsi. Jurusan Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ngatno. 2017. "*Manajemen Pemasaran*". Semarang: E.F Press Digimedia.
- Nurjannah et all, 2024. "Praktek Bisnis yang dilarang dalam Islam: perspektif Etika Bisnis Hukum. E Journal Al Buhuts. Volume 20 No 1
- Nurmadiansyah, Toriq. 2021. "*Etika Bisnis Islam: Konsep dan praktek*". Yogyakarta: CV Cakrawala Media Pustaka.
- Riska, 2024, Desember 9. Tentang Logo Miss Glam. Dipetik Desember,9, 2024, dari <https://images.app.goo.gl/Sx8TjcesFgMUNN3AA>
- Rudiansyah, 2020. "Telaah Gharar, riba, dan maisir dalam perspektif transaksi ekonomi Islam" jurnal of indonesian islamic economic law 2 (1) 98-13.
- Saribu, A. & Amanda. A.R. 2020. Strategi Pemasaran dalam era digital. Jurnal Manajemen. 15 (2) 123-135
- Setiadi, Nugroho. 2019. *Perilaku Konsumen dan Implikasi Dalam Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT Prenada Media
- Shihab, M. Quraish. 2008. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an*. Tangerang: PT. Lentera Hati.
- Shihab, Quraish, *Strategi Pemasaran edisi 4* 2002. "*Tafsir al-Mishbah*". Jakarta: Lentera Hati

Sholehah, Mar'atus. 2023. "Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Digital dilihat dari Perspektif Etika Bisnis Islam". Skripsi. Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. Dasar Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. Metodologi

Solihudin, Dede. 2021. "Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Minat Beli Konsumen Menurut Etika Bisnis Islam Ditoko Ratu Obral Parungpanjang, Bogor Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) NIDA EL Adabi Bogor

Supriyanto, Agus. 2004 Strategi Pemasaran pada klester UMKM, Universitas Muria Kudus, jurnal multidisciplinary volume 2

Syah, Arman, 2023. *Strategi Pemasaran*. Bandung: Wedina Media Utama

Syahputra, Rizky. 2019. "Strategi pemasaran A-Qur'an tentang promosi jualan". Jurnal Ecobisma No 2 vol 6

Taufik, E.R. 2023 "*Konsep Inti Manajemen pemasaran*". Tangerang : Media Edukasi Indonesia

Tojiri, et, all. 2023. Dasar Metodologi Penelitian: Teori dan Analisis Data. Desain cover: SJD Desain

Urban, Glen dan Steven H. Star., 1991, *Advance Marketing strategi : Phenomena Analysis Decison*, USA: Prentice Internasional

Wigawati, Sri, 2021." *Pemasaran Perspektif Ekonomi Alslam 5.0*. Jawa Timur: Global Aksara press

### **WAWANCARA**

Adha, Aurel Nisa (Konsumen). Wawancara. 4 November 2024

Azizan, Ariska (Konsumen). Wawancara. 1 November 2024

Fatma, Sri (Konsumen). Wawancara. 4 November 2024

Fitri, (Konsumen). Wawancara. 4 November 2024

Juni, Farhana rahma. (Marketing). Wawancara. 4 Januari 2025.

Lewengsky, Monica (Konsumen). Wawancara. 4 November 2024

Mawaddah, Sara (Konsumen). Wawancara. 4 November 2024

Nurhaliza, Desi (Konsumen). Wawancara. 31 Oktober 2024

Putri, Nabila Maiwendra (Konsumen). Wawancara. 4 November 2024

Putri, Riska Kiranti (Asisten leader). Wawancara. 29 Desember 2024

Rahmad, Syukri (Manajer). Wawancara. 29 Januari 2025.

Saputra, Ozzy (Head Office Karyawan). Wawancara. 29 Oktober 2024

Susanti, Memet (Konsumen). Wawancara. 1 November 2024

Afikah (Konsumen). Wawancara. 3 November 2024

