BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh PT. Ebad Wisata Jember yaitu: a). penjualan personal (*Personal Selling*), b). Periklanan (*Advertising*), c). Promosi penjualan (*Sales Promotion*), d). Publisitas (*Public Relation*), e). Pemasaran langsung (*Direct Marketing*).
2. Penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran biro perjalanan haji atau umroh PT. Ebad Wisata Jember yaitu: a). Prinsip Otonomi, b). Prinsip kejujuran (*Shiddiq*), c). Prinsip keadilan, d). Prinsip saling menguntungkan, e). Prinsip integritas moral.

B. Saran

Ebad Wisata hendaknya tetap mempertahankan penerapan etika bisnis Islam yang telah dilakukan dalam komunikasi pemasaran serta senantiasa meningkatkan dan mengevaluasi pelaksanaan etika bisnis Islam dalam dalam setiap aktivitas komunikasi pemasaran dan aktivitas bisnis pada umumnya. Agar untuk menghindari timbulnya permasalahan yang disebabkan oleh kurang optimalnya penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran.Hal ini dilakukan selain merupakan bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap pelanggan juga sebagai salah satu bentuk usaha untuk menciptakan serta menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.Pada akhirnya berdampak pada peningkatan keuntungan serta keberlangsungan bisnis.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id