

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Strategi Promosi yang dilakukan toko kopi merah robusta cap lesung pagaralam ialah Periklanan, melalui media sosial. Penjualan Langsung (*Personal Selling*), dengan bentuk komunikasi timbal balik antara pembeli dengan pemilik toko atau mempromosikan produk secara tatap muka. Promosi Penjualan (*Sales Promotin*), memberikan diskon harga apabila ada pembelian produk dengan jumlah banyak dan memberikan tester bagi konsumen yang ingin mencoba. Hubungan Masyarakat Dan Publisitas (*Public Relations and Publicity*), mengikuti pameran-pameran dan festival yang diadakan di daerah pagaralam. Toko kopi merah robusta cap lesung pagaralam ini telah sesuai menurut perspektif ekonomi islam karena dalam penjualan tidak ada unsur penipuan ataupun melebih-lebihkan produk, dideskripsikan secara jelas dan penjualannya pun telah sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW.

B. Saran

1. Lebih meningkatkan strategi promosi produk, sehingga sasaran dan tujuan akan semakin mudah tercapai sesuai yang diharapkan.
2. Dalam menghadapi persaingan yang saat ini semakin pesat dan ketat maka toko kopi merah robusta cap lesung pagaralam harus selalu melakukan strategi-strategi yang lebih optimal dalam mempromosikan produk.