

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang strategi promosi satu harga dalam meningkatkan penjualan pada toko kamehi serba 35.000 maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik Strategi Promosi Satu Harga dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Kamehi Serba 35.000 yaitu memasang promosi di depan toko menggunakan banner bertuliskan harga serba 35.000 sedangkan pada kenyataannya tidak semua produk yang diperjualbelikan harga 35.000 melainkan ada juga produk dengan harga 40.000 - ratusan ribu. Toko ini menggunakan strategi promosi melalui 2 metode yaitu penetapan harga serba 35.000 dan serba murah. Untuk harga serba murah yaitu harga normal suatu produk, hanya untuk produk-produk yang berkualitas tinggi seperti tas, celana jeans, jaket, sepatu, selimut dan sprei.
2. Tinjauan Hukum Islam terhadap Strategi Promosi Satu Harga dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Serba 35.000 ini tidak memenuhi prinsip-prinsip pemasaran syariah, yaitu terjadinya kecurangan pada penetapan harga jual. Pada prakteknya harga serba 35.000 ternyata

tidak berlaku bagi seluruh produk yang diperjualbelikan, dengan strategi ini adanya ketidakjujuran mengenai penetapan harga yang berlaku di Toko Kamehi. Karena dalam menentukan penetapan harga, penjual tidak memberikan informasi yang jelas terkait adanya berbagai harga yang berbeda selain harga 35.000 sehingga pembeli merasa tertipu ketika memasuki toko. Jadi jual beli yang dilakukan oleh Toko Kamehi ini tidak diperbolehkan karena melanggar hukum jual beli *Tadlis* (penipuan) yaitu salah satu dari pihak (pembeli) ada yang tidak mengetahui informasi seperti yang orang lain (penjual) miliki, maka pihak yang salah satu (pembeli) akan dirugikan dan akhirnya menimbulkan penipuan atau kecurangan pada pasar.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk pemilik toko diupayakan untuk memberikan informasi yang jelas kepada calon pembeli tentang adanya penetapan harga yang berbeda, sehingga calon pembeli tidak merasa tertipu, serta terus meningkatkan dan memperbaiki strategi promosi yang sudah dilakukan selama ini dan tetaplah bersaing secara sehat untuk dapat memenangkan persaingan pasar.

2. Untuk konsumen toko diupayakan untuk menanyakan terlebih dahulu mengenai penetapan harga produk yang ada di toko kamehi agar dapat menghindari adanya ketidakrekaan dalam bertransaksi.