# BAB V

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berupa data-data dari observasi, wawancara, serta dokumentasi sehingga diperoleh hasil seperti yang dikemukakan pada bab sebelumnya dan dapat ditarik kesimpulan sebagi berikut:

1. Komunikasi pemasaran Islam di perusahan *multi level marketing* K-Link surabaya dengan bekerja sama dengan K-System sudah terkonsep dengan baik. Dalam komunikasi pemasarannya mereka menerapkan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh nabi SAW dahulu yakni mengutamakan kejujuran, tanggung jawab, kecerdasan dan komunikatif.
2. Dalam praktik perekrutan anggota baru, para pelaku *multi level marketing* K-Link Surabaya sangat memperhatikan etika sebagai modal utama dalam menjalankan bisnisnya. Beberapa etika dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan adalah Memiliki kepribadian spiritual, berperilaku baik dan simpatik, berperilaku adil dalam bisnis, bersikap melayani dan rendah hati, Menepati janji dan tidak curang.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## B. Saran

1. Mempertahankan citra perusahaan yang merupakan perusahaan *multi level marketing* syariah nomor satu yang selalu mengedepankan etika bisnis dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.
2. *Multi level marketing* K-Link Surabaya sudah menerapkan etika pemasaran dalam bisnis Islam dengan baik, namun perlu ditingkatkan agar mampu bersaing dengan *multi level marketing -multi level marketing* lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id