

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bahwa kesimpulan dari penelitian analisis hukum ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran di toko navira collection tentang strategi pemasaran sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan pada toko Navira *Collection* memakai 4 P unsur/elemen bauran pemasaran/marketing mix meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi (*product, price, promotion, place*). Sudah menerapkan sesuai dengan bauran pemasaran namun ada beberapa yang belum berjalan secara optimal seperti promosi pada media sosial atau digital marketing, serta produk yang tersedia hanya mukenah yang lainnya masih *preorder* seperti hijab, busana muslim, dan seprai.
2. Toko Navira *Collection* telah menerapkan strategi pemasaran syariah seperti produk yang halal sesuai permintaan konsumen Amanah dan jujur jika ada produk yang cacat atau ada kesalahan dalam pembuatan. Harga yang terjangkau sesuai dengan nilai produknya tidak merugikan konsumen karena sebelum membayar DP harus ada akad ijab qobul terlebih dahulu agar suka sama suka, dalam mengambil keuntungan hanya secukupnya tidak menimbun barang/produk. Promosi tidak melebih-lebihkan produknya, tidak plagiat atau mengambil foto produk orang lain, maka dari itu owner memotret produk sendiri dan di promosikan sendiri di *Whatsapp* dan *Facebook*. Tempat/lokasinya jelas ada, dan memiliki izin tidak boleh menipu konsumen. Namun belum memiliki sertifikat halal yang sebagaimana di jelaskan pada fatwa padahal sudah menggunakan brand sendiri pada produknya dan belum menggunakan akad salam pada produk *preorder*nya.

Dampak positif dan negatif dari strategi pemasaran di toko Navira *Collection* diantaranya dalam sisi peluang mudah dijangkau oleh masyarakat karena toko dekat jalan raya berdekatan dengan masyarakat, sudah terkenal

penjualan sampai di beberapa daerah seperti Yogyakarta, Brebes, Malang dan Medan, memiliki banyak karyawan, konsumen dan relasi para pengusaha. Tantangan beberapa barang yang masih *preorder*, kurangnya manajemen waktu, juga pemahaman terhadap social, kurang optimal dalam menerapkan strategi yang sesuai dengan umum ataupun syariahnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Sebaiknya toko Navira *Collection* ditingkatkan kembali untuk strategi pemasaran dengan pemasaran yang baik sesuai dengan bauran pemasaran/marketing mix serta pemasaran yang menurut prinsip syariah yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW sehingga dapat meningkatkan penjualan dan lebih meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan maupun pembeli baru serta meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat akan segala pelayanan dalam membantu tercapainya kepuasan pelanggan supaya terus berkembang setiap tahunnya, lebih terkenal lagi sampai se Indonesia.
2. Toko Navira *Collection* dapat melengkapi kekurangan yang belum diterapkan secara maksimal, seperti produk yang masih *preorder*, menggunakan media sosial sebagai alat promosi, mencari karyawan yang mengerti digital marketing, pembukuan keuangan yang masih manual/tulis tangan tidak memakai computer, manajemen waktu antara pekerjaan dan keluarga serta penerapan akad salam pada produk *preorder* dan sertifikat halal pada produk muslimah dengan memakai brand sendiri.
3. Penelitian lebih lanjut terkait tema strategi pemasaran umum/syariah ini perlu untuk terus dikaji karena pentingnya strategi pemasaran baik umum/syariah bagi para pemilik usaha dan untuk memastikan bahwa strategi pemasaran umum/syariah dijalankan dengan shidiq, amanah, fathonah dan tabligh bagi para konsumen.