

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Pemasaran Heritage Culture, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan:

1. Bahwa Heritage Culture dalam upaya meningkatkan pelanggannya menggunakan strategi pemasaran Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 4P diantaranya strategi :
  - 1) *Produk*
  - 2) *Promosi*
  - 3) *Price*
  - 4) *Place*
2. Adapun Hambatan dan Upaya yang terdapat pada Heritage Culture dalam penerapan strategi pemasarannya adalah :
  - a. Hambatan diantaranya :
    - 1) Produk yang sama
    - 2) Kenaikan Harga Produksi
    - 3) Promosi yang tidak tepat.
  - b. Upaya diantaranya :
    - 1) Menjaga Cash Flow
    - 2) Inovasi Produk
    - 3) Memanfaatkan media sosial
    - 4) Memberikan pelayanan yang baik.
3. Dalam menerapkan strategi pemasarannya, Heritage Culture dikatakan telah sesuai dengan strategi pemasaran perspektif hukum ekonomi syariah seperti:
  - a. asas manfaah
  - b. asas antaradhin,
  - c. asas 'adamul gharar,
  - d. asas al musawah, ash-sidiq,

- e. asas hak milik,
- f. asas pemerataan,
- g. asas al-Bir wa al-Taqwa.

Selain itu Heritage Culture menerapkan prinsip pemasaran syariah seperti:

- a) teistis (rabbaniyah),
- b) etis (akhlaqiyyah),
- c) realistis (al-waqiyyah),
- d) humanistis (insaniyyah),

## B. Saran/Rekomendasi

1. Untuk terus menambah penjualan, *Heritage Culture* dapat melakukan berbagai inovasi terkait pemasarannya di era digital ini sehingga tidak mudah tergerus oleh zaman.
2. Penulis melihat bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh *Heritage Culture* sudah bagus, namun lebih baiknya apabila strategi dapat lebih dikembangkan lagi agar dapat bersaing secara kompetitif dengan brand lain.
3. Mengadakan promosi lebih terbuka kepada khalayak masyarakat agar mereka mengetahui keistimewaan yang ada pada toko *Heritage Culture*.

