

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data serta analisis yang penulis peroleh dari lapangan dengan judul penerapan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan pada usaha kecil dan menengah (UKM) dalam perspektif islam (studi kasus pada Marzeta hijab Kudus), selanjutnya akan disimpulkan sebagai berikut:

1. *E-commerce* atau transaksi *online* yang dijalankan di Marzeta Hijab Kudus diantaranya yaitu menggunakan aplikasi Shopee, Instagram, WhatsApp, Facebook, dan Mesenger. Yang digunakan sebagai akses pemesanan, metode pengambilan barang serta pembayaran diatur melalui pesan singkat WhatsApp. Sistem pengambilan barang diantaranya dengan cara *in store pick up* (datang ke toko langsung), COD (*Cash on Delivery*) menyesuaikan lokasi pembeli, atau *Shipping* (barang pesanan dikirim melalui jasa pengiriman).
2. Dalam meningkatkan penjualan, *e-commerce* sangat berperan penting. Sehingga penjualan bisa terus bertambah dan rekan bisnis yang mulai bergabung jadi lebih banyak. Motivasi menggunakan *e-commerce* karena Marzeta Hijab ingin menjangkau segmentasi pasar yang lebih banyak, pengguna jilbab supaya lebih mudah aksesnya, dan mendapatkan kemudahan-kemudahan yang lebih efektif dan efisien.

Keuntungan karena menggunakan *e-commerce* yaitu pasar otomatis lebih besar, yang kedua pelanggan tidak perlu repot-repot datang ke toko jadi Marzeta bisa melayani pembeli lewat aplikasi chatting seperti WA dan yang lainnya, yang paling penting keuntungannya lebih bisa menjangkau pasar yang lebih banyak dan luas.

Selain memikirkan cara meningkatkan penjualan pada Marzeta Hijab Kudus dengan menggunakan *e-commerce*, Marzeta juga sudah mempunyai trik khusus untuk melakukan pemasaran dalam menggunakan *e-commerce* pada dasarnya trik khusus yang dapat diterapkan yaitu personal Branding

nya harus di kuatkan, jadi Marzeta Hijab itu mempunyai ciri khas tersendiri. Jadi kalau Marzeta Hijab bersaing di pasar bebas Marzeta Hijab nanti akan berdarah-darah sendiri, maka Marzeta perkuat *Branding* nya sehingga orang akan memberikan kesan yang sangat mendalam terhadap Brand Marzeta Hijab. Dan tidak lupa untuk selalu berniaga sesuai dengan ajaran syariat Islam yang sudah di ajarkan, agar berkah hidup dunia dan akhirat kelak.

3. Marzeta Hijab sudah melakukan penjualannya secara baik, dan sudah menerapkan teori pemasaran 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi). Meskipun ada yang kurang baik tetapi Marzeta Hijab melakukan yang lebih baik lagi.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian, meliputi:

1. Responden pada penelitian ini hanya tertuju pada satu usaha yang dilakukan secara langsung oleh pemiliknya.
2. Keterbatasan literatur hasil penelitian sebelumnya yang masih kurang mendalam.
3. Keterbatasan pengetahuan peneliti dalam membuat dan menyusun tulisan ini sehingga perlu diuji kembali kendalanya ke depan.
4. Keterbatasan data yang digunakan dalam penelitian ini sehingga membuat hasil penelitian kurang memuaskan.

C. Saran

Dalam penelitian ini, penulis ingin memberikan beberapa saran kepada pihak Marzeta Hijab Kudus. Hal ini bertujuan dalam meningkatkan penjualan Marzeta Hijab. Adapun saran yang diajukan penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha, tetap mempertahankan penerapan tidak lupa untuk selalu berniaga sesuai dengan ajaran syariat Islam yang sudah di ajarkan, agar berkah hidup dunia dan akhirat kelak. Memberikan inovasi-inovasi desain

- serta produk sesuai dengan keinginan konsumen dalam perkembangan zaman agar tingkat kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.
2. Bagi karyawan, teruntuk admin dan packing hendaknya dengan kebijaksanaanya senantiasa meningkatkan kualitas kerja dan lebih teliti lagi dalam pelayanan supaya tidak mengecewakan pelanggan atau konsumen. Dan juga bisa mendapatkan rekan bisnis seperti distributor dan lain-lain agar Marzeta bisa di pasarkan di seluruh penjuru Negara.
 3. Bagi pelanggan atau konsumen, diharapkan memberikan masukan-masukan tentang kekurangan dari pelayanan maupun produk tersebut sehingga pengusaha dan karyawan lebih teliti lagi untuk memproduksi barang tersebut dan akan memperbaiki dalam melayani konsumen. Serta kerja samanya agar selalu konsisten dengan pesanannya dan bertanggung jawab atas barang yang sudah di pesan.

D. Penutup

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan meskipun peneliti sudah berusaha semaksimal mungkin. Hal ini disebabkan kemampuan dan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu tidak ada kata yang lebih indah melainkan saran dan kritik yang membangun dari seluruh pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya sebagai penutup peneliti mohon maaf segala kekurangan, kesalahan, serta peneliti berdoa semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya.

Amiinn