

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian tentang “Analisis Strategi Marketing Syariah untuk Mencapai Loyalitas Konsumen.” (Studi Kasus: CV. Seleksi Alam Muria) sebagai berikut:

- a. Strategi marketing mix berbasis syariah yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria memuat beberapa poin: *pertama*, *good value product* berupa bahan baku yang berkualitas, legalitas yang lengkap dan pengolahan produk sesuai dengan standarisasi yang berlaku. *Kedua*, harga yang kompetitif selaras dengan value yang dimiliki perusahaan.

Ketiga, tempat strategis yang masih satu jalur dengan makam Sunan Muria sehingga memudahkan akses konsumen untuk menjangkau produk. *Keempat*, promosi yang dimaksimalkan perusahaan melalui sosial media, marketplace dan pelayanan yang berbasis kekeluargaan.

- b. Kelebihan strategi marketing yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria yaitu: *pertama*, strategi sesuai dengan karakter produk berbasis religius. *Kedua*, Strategi yang diterapkan perusahaan selalu berusaha memberikan produk yang halal dan *thoyyib* yang dilakukan perusahaan dengan cara melengkapi legalitas perusahaan dan mengolah produk sesuai dengan standarisasi yang berlaku sebagai jaminan kualitas produk kepada konsumen.

Ketiga, Strategi yang dilakukan berbasis syariah menjadi semakin maksimal dengan branding dari buah Parijoto sebagai Primadona Muria. *Keempat*, strategi perusahaan yaitu selalu mengedepankan etika pelayanan dengan menerapkan prinsip *kinship* atau kekeluargaan dalam prosesnya. Sementara kekurangan strategi yang diterapkan yaitu: *pertama*, pandemi membuat akses promosi secara *offline* menjadi terbatas. *Kedua*, harga

yang kompetitif menjadi melemah ketika ada competitor produk sejenis yang perang harga.

- c. Loyalitas konsumen dapat dicapai perusahaan dengan memaksimalkan strategi marketing mix syariah yang dipadukan dengan pelayanan berbasis *kinship* sesuai dengan slogan perusahaan dan sesuai dengan visi perusahaan yang berbasis *spiritual company* sehingga marketing yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria menjadi ciri khas yang diingat oleh konsumen sebagai brand spiritual yang unik dan hal inilah yang menjadi dasar konsumen merasa “memiliki perusahaan” dan loyal terhadap perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil analisis dan kesimpulan, maka peneliti mencoba memberikan saran agar nantinya saran tersebut dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan masukan, meliputi:

- a. Strategi marketing yang diterapkan CV. Seleksi Alam Muria secara umum telah mendapat nilai positif, namun perlunya evaluasi yang dijadwalkan setiap periode tertentu untuk memantau perkembangan juga hal-hal yang perlu ditingkatkan agar dapat memberikan dampak yang baik secara signifikan untuk perusahaan.
- b. Strategi marketing berbasis islami yang dilakukan perusahaan perlu dibudayakan kepada calon pengusaha muda khususnya millennial dengan cara memberikan pelatihan tehnikal kemudian memantau perkembangannya. Hal ini dilakukan sebagai ikhtiar untuk membantu perekonomian Negara dengan lahirnya pengusaha baru serta memperluas paradigma tentang syariah marketing.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah, atas segala nikmat dan karunia Allah SWT yang telah memberikan petunjuk kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari apabila dalam menyelesaikan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dikarenakan penulis masih punya banyak kekurangan wawasan maupun pengetahuan. Dari sebab itu, maka penulis memohon kritik ataupun saran

dari pembaca agar skripsi ini dapat maksimal dan menjadi sempurna. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan penulis, terima kasih.

