

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan penelitian pada bab sebelumnya, dapat diketahui kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Al-Hazmi dalam memasarkan produknya telah melibatkan unsur-unsur pemasaran syariah. Penerapan bauran pemasaran syariah pada Al-Hazmi sudah cukup baik.
 - a. Produk yang dijual di Al-Hazmi sudah sangat tepat dan sesuai dengan anjuran agama Islam. Produk yang terdapat di Al-Hazmi merupakan produk yang sah dalam penggunaannya dan juga merupakan kebutuhan yang bersifat umum dan dibutuhkan oleh masyarakat, serta tidak ada praktik spekulasi *gharar* atau *maysir* dan dengan penjualan produk yang jelas baik secara kuantitas dan kualitasnya.
 - b. Harga yang ditawarkan oleh produsen merupakan harga yang kompetitif dan sudah sesuai dengan kualitasnya. Dan dalam penentuan harga berdasarkan syariah, Al-Hazmi tidak mematok harga di bawah atau di atas harga pasar yang dimiliki pesaing, melainkan menerapkan harga berdasarkan kerumitan motif, bahan baku yang digunakan, pewarnaan, serta lamanya proses yang dilakukan.
 - c. Strategi tempat yang dilakukan Al-Hazmi masih belum optimal, karena memiliki tempat yang kurang strategis berada di jalur dalam, kurang dekat dengan jalan raya. Meski kurang strategis namun masih tetap mudah di akses sehingga tetap memudahkan konsumen yang datang langsung ke toko. Untuk mengatasi tempatnya yang kurang strategis, Al-Hazmi menerapkan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung.
 - d. Promosi yang dilakukan menggunakan sistem *online* dengan tetap mengedepankan prinsip akhlak. Al-Hazmi selama promosi selalu transparan tidak ada unsur penipuan dalam promosinya dan berlaku adil kepada seluruh konsumen.

- e. Strategi bauran pemasaran syariah dalam variabel *people* yang diterapkan oleh Al-Hazmi sudah dilakukan dengan baik dan sesuai dengan teori Islam. Dengan menerapkan rasa bertanggung jawab, jujur, menjaga kepercayaan konsumen, partner, karyawan dan masyarakat.
 - f. Strategi proses secara syariah yang dilakukan Al-Hazmi yaitu menerapkan komunikasi dan mempraktikkan nilai-nilai etika sebaik mungkin untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan bersikap jujur, tanggungjawab, dan tidak menipu. Proses pemasaran yang dilakukan Al-Hazmi juga sudah sesuai dengan syariah dimana proses perdagangan haruslah mengandung unsur kemudahan dan tidak mempersulit calon konsumen dengan menggunakan sistem *online* sangat memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke toko.
 - g. Strategi sarana fisik yang dilakukan Al-Hazmi masih belum optimal yaitu belum terpenuhinya fasilitas interior dan eksterior. Seperti tempat parkir yang kurang luas, tidak adanya tempat ibadah yang khusus bagi karyawan maupun konsumen. Sarana fisik yang ada di Al-Hazmi baru berupa galeri, sarung batik yang terdisplay dengan rapi, dan untuk alat tulis pendukung proses, seperti laporan sudah ada.
2. Dari ketujuh strategi bauran pemasaran yang sudah dilakukan Al-Hazmi terdapat satu strategi yang mendukung keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan Al-Hazmi yaitu strategi produk. Strategi produk menjadi strategi yang paling dominan di Al-Hazmi dalam melakukan pemasaran. Dengan memberikan produk yang berkualitas seperti menggunakan bahan berkualitas primer, motif serta pewarnaan tidak pasaran menjadikan ketertarikan tersendiri bagi Al-Hazmi, yang menjadikan konsumen dengan sendirinya akan datang. Karena ketertarikan konsumen atas suatu produk dilihat dari kualitas produk yang diberikan. Hal tersebut terlihat dengan adanya beberapa konsumen yang melakukan pembelian tidak hanya satu atau dua kali, melainkan sudah menjadi pelanggan dari Al-Hazmi bertahun-tahun. Mereka tertarik dengan Al-Hazmi dikarenakan produk yang dihasilkan berkualitas, memiliki kergaman motif serta warna yang tidak pasaran, dan berbeda dengan yang lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, penulis bermaksud memberikan saran dalam penelitian selanjutnya. Yakni penelitian selanjutnya dapat mengkaji mengenai strategi bauran pemasaran syariah pada bidang objek yang berbeda dan mengembangkan teori maupun konsep dari penelitian in. hal ini agar dapat diketahui bahwa strategi bauran pemasaran syariah dapat dijadikan strategi yang tepat bagi industry bisnis bagi sasaran pasar muslim.

