

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada konveksi Afa Scarf Kudus tentang Implementasi Strategi Pemasaran Online Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Prespektif Islam maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran online yang diterapkan oleh konveksi Afa Scarf dilihat dari bauran pemasaran.

Afa Scarf dalam menerapkan *bauran mix* seperti ini strategi produk konsep mengenai produk yang diterapkan perusahaan Afa Scarf dalam pemasaran secara online sedangkan untuk strategi tempat tingkat kepercayaan masyarakat (*konsumen*) Afa Scarf terhadap transaksi via online dan offline. Strategi promosi yang digunakan Afa Scarf secara online yaitu berupa membuat foto dan vidio sesuai trend dan mengendrose selebgram (*tokoh public*) setempat. Strategi manusia diterapkan dalam Afa Scarf dalam penempatan karyawan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Strategi proses digunakan Afa Scarf dalam proses pemasaran online strategi promosi dengan cara membuat foto dan vidio untuk upload di Instagram dan juga Afa Scarf menggunakan sistem endorse tokoh public setempat (*selebgram*). Strategi bukti fisik diterapkan Afa Scarf dalam pemasaran *online* yaitu berupa nama akun sosial media dan *e-commerce* dengan nama Afa_Scarf

2. Strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh Afa Scarf dilihat dari bauran pemasaran:

Afa Scarf dalam menerapkan *bauran mix* diprespektif Islam dan menggunakan sifat Rasulullah SAW (*Shidiq, Amanah, Tabligh, Fathanah*) diantaranya : Strategi produk yang diterapkan Afa Scarf memproduksi dan menawarkan produk-produk yang memiliki bahan dengan kualitas yang baik dan harga yang sesuai. Penerapan strategi harga di Afa Scarf menawarkan harga sesuai dengan kualitas bahan dan mengambil keuntungan dengan secukupnya. Untuk strategi place dalam Afa Scarf berupa akun sosial media dan akun *e-commerce* dengan nama Afa_Scarf. Strategi promosi yang melalui offline dan *online*, untuk melalui offline Afa Scarf menggunakan

homestory dan selalu menggunakan sifat Rasulullah yang realistis sesuai dengan kenyataa. Strategi people diterapkan oleh Afa Scarf. dengan menerapkan jujur, dapat dipercaya, cerdas, komunikatif dan tanggung jawab. Strategi proses pemasaran yang dilakukan Afa Scarf sudah sesuai dengan prinsip Islam dimana proses perdagangan mengandung unsur dengan menggunakan sistem offline dan online sangat memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian dan pemesanan. Strategi bukti fisik setiap bukti fisik yang dimiliki oleh Afa Scarf sudah menerapkan sifat Rasulullah yaitu Shiddiq, Amanah, Fathanah dan Tabligh. Mengenai tentang lokasi Afa Scarf dan akun sosial media Afa Scarf yang tidak akan direkasaya atau dibuat-buat untuk menyulitkan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini. saran peneliti kepada perusahaan Afa Scarf diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Afa Scarf hendaknya juga memperhatikan penjualan secara offline juga, dikarenakan untuk penjualan melalui offline belum sepenuhnya terealisasikan secara benar. Agar penjualan offline sama bagusnya seperti penjualan *online*. Contohnya seperti merenovasi store agar konsumen bisa lebih leluasa dalam memilih, memperbaiki konsep penataan dalam store.
2. Diharapkan Afa Scarf tetap mempertahankan strategi pemasaran syariah yang telah digunakan berlandaskan prespektif Syariah Islam. Agar pondasi yang dibuat selama ini tetap kukuh dan kuat dengan selalu mempertahankan prinsip syariah.