

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada perusahaan Menara Kudus Fa tentang Analisis Strategi *Syari'ah Marketing* dan *Digital Marketing* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi *syari'ah marketing* yang diterapkan oleh perusahaan Menara Kudus Fa dilihat dari bauran pemasaran.
 - a. Strategi produk yang diterapkan perusahaan Menara Kudus Fa memproduksi dan menawarkan produk-produk yang memiliki bahan dengan kualitas yang baik.
 - b. Penerapan strategi harga di perusahaan Menara Kudus Fa sudah cukup baik yakni menawarkan produk sesuai harga pada umumnya (tidak lebih rendah dari pesaing) yang nantinya bisa merusak harga pasaran.
 - c. Perusahaan Menara Kudus Fa sudah memiliki tempat yang strategis dengan adanya gudang, toko serta tempat produksi sendiri yang jaraknya tidak jauh (saling berdekatan).
 - d. Perusahaan Menara Kudus Fa dalam melakukan promosi menggunakan strategi promosi melalui interaksi secara langsung/ (*Door to door*) dengan konsumen, menggunakan media periklanan, dan juga merambah ke sistem online melalui media sosial untuk pemasaran dengan jangkauan lebih luas.
2. Karakteristik *syari'ah marketing* yang diterapkan oleh perusahaan Menara Kudus Fa ada 4 karakteristik. Adapun karakteristiknya terdiri dari Theitis (*Rabbaniyyah*), Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*Al-Waqi'iyah*), dan Humanistis (*Insaniyyah*).
2. Etika *syari'ah marketing* yang diterapkan di perusahaan Menara Kudus Fa dalam melakukan *syari'ah marketing* menerapkan etika yang baik dan benar sesuai dengan perspektif syari'ah yakni ada 4 terdiri dari etika *shiddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *fathonah* (cerdas dan

- berpengetahuan luas), dan *tabligh* (komunikatif dan transparan).
3. Strategi *Digital Marketing* yang di terapkan di perusahaan Menara Kudus Fa dilihat dari bauran pemasaran.
 - a. Strategi produk - konsep mengenai produk yang diterapkan perusahaan Menara Kudus Fa dalam pemasaran secara *online* tidak terbatas.
 - b. Strategi harga yang diterapkan relatif rendah bagi konsumen karena konsumen merasa dimudahkan untuk melakukan perbandingan harga.
 - c. Strategi tempat - tingkat kepercayaan masyarakat (konsumen) di Menara Kudus Fa terhadap transaksi via *online* masih rendah karena sebagian besar konsumennya lebih suka membeli secara langsung datang ketempat meskipun patokan harganya lebih mahal.
 - d. Strategi Promosi yang digunakan perusahaan Menara Kudus Fa secara online juga bisa meningkatkan volume penjualan secara signifikan karena perusahaan Menara Kudus Fa dapat menjangkau pasar sasaran secara lebih luas baik ranah lokal maupun non lokal.
 4. Media *Digital Marketing* yang digunakan oleh perusahaan Menara Kudus Fa.
 - a. *Website Marketing* : menarakudus.co.id
 - b. Sosial Media
 - 1) *WhatsApp* : Nomor yang digunakan untuk WhatsApp adalah 085742884666 yang dipegang oleh admin.
 - 2) *Facebook* : [Percetakan dan Penerbitan Fa. Menara Kudus](#)
 - 3) *Instagram*: [@toko.penerbitmenarakudus](#) dan [@percmenara_kudus](#).
 - c. *E-mail*: Nama email adalah menarakudus@gmail.com.
 - d. *MarketPlace* : *MarketPlace* yang diigunakan Perusahaan Menara Kudus Fa menggunakan *MarketPlace* TokoPedia meskipun belum diterapkan secara maksimal.

5. Faktor Pendukung dan Penghambat *Syariah Marketing* di perusahaan Menara Kudus Fa.
 - a. Faktor Pendukung *Syariah Marketing*
 - 1) Tanggung Jawab
 - 2) Kejujuran
 - 3) Keadilan
 - 4) Transparansi
 - b. Faktor penghambat *Syariah Marketing*
 - 1) Kurang memahami selera pasar
 - 2) Strategi pemasaran yang diterapkan tidak tepat
 - 3) Anggaran pemasaran tidak memadai
 - 4) Peralatan mesin yang kurang canggih
 - 5) Kurangnya perencanaan strategi pemasaran
 - c. Faktor pendukung *Digital Marketing*
 - 1) Relasi atau jaringan pemasaran
 - 2) Optimasi media yang dapat menunjang pemasaran
 - 3) Memaksimalkan penggunaan data dengan sistem
 - b. Faktor Penghambat digital marketing
 - 1) Perencanaan Strategi pemasaran yang kurang maksimal
 - 2) Target pasar yang terlalu luas
 - 3) Jumlah pemasok bahan baku kurang
 - 4) Harga yang terlalu mahal
 - 5) Persaingan ketat sesama usaha
 - 6) Sumber daya manusia masih rendah

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini. Saran peneliti kepada perusahaan Menara Kudus Fa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan diharapkan mampu menunjang aktivitas produksi dengan mesin-mesin canggih, memberikan perawatan dan pemeliharaan mesin produksi secara rutin agar nantinya tidak mempengaruhi produktivitas perusahaan yang akan berdampak pada menurunnya volume penjualan.

2. Untuk meningkatkan volume penjualan, perusahaan Menara Kudus Fa juga harus menyeimbangkan antara sistem pemasaran offline dan juga online. Karena di era digitalisasi ini jika tidak mampu menyeimbangkan keduanya maka akan kalah saing dengan para kompetitor yang lain. Contohnya dengan memanfaatkan penggunaan sosial media *WhastsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *Website*, *E-mail*, serta *MarketPlace*. Pemanfaatan media-media tersebut juga harus ada yang mengelola (admin) agar target pasar yang dibuat tidak terlalu lebar karena per admin sudah mempunyai jangkauan pasar masing-masing.
3. Diharapkan perusahaan Menara Kudus Fa tetap mempertahankan strategi *syari'ah marketing* yang telah digunakan yang berlandaskan pada perspektif Syari'ah Islam, namun juga harus di imbangi dengan strategi digital marketing agar dapat menjangkau pasar secara luas baik lokal maupun non lokal.
4. Terkait sumber daya manusia yang ada di perusahaan Menara Kudus Fa yang banyak memperkerjakan orang yang sudah lanjut usia, maka diharapkan perusahaan mampu menyiapkan sumber daya manusia yang lebih unggul, yang masih muda, yang kiranya lebih bersemangat untuk bekerja. Karena tenaga kerja yang usia masih muda dengan yang sudah usia lanjut hasilnya pasti akan berbeda dan ini sangat mempengaruhi produktivitas perusahaan.
5. Diharapkan program baru yang telah disiapkan perusahaan Menara Kudus Fa untuk beralih dari sistem offline menjadi online disusun sesuai strategi *digital marketing* agar dapat mengembangkan perusahaan Menara Kudus Fa secara efektif dan efisien guna keberlangsungan hidup perusahaan.
6. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti lebih menggali informasi yang ada agar dapat menghasilkan penelitian yang bisa dipertanggung jawabkan serta lebih baik dari penelitian sebelumnya sehingga mampu menyempurnakan penelitian yang saat ini.

C. Penutup

Alhamdulillah demikianlah penelitian yang telah peneliti lakukan, dengan banyak data, informasi serta materi yang menjadi dasar penelitian. Apabila ada kekurangan dalam penulisan mohon dimaklumi karena peneliti menyusun dengan segala keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, diharapkan ada saran dan kritik yang konstruktif untuk peneliti agar mampu menjadi acuan penelitian berikutnya yang lebih baik lagi.

Sebagai akhir kata, peneliti berharap semoga apa yang tertuang dalam skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi peneliti yang lain di masa mendatang. Serta dapat memberikan wawasan, pengetahuan, dan keilmuan dalam bidang manajemen bisnis syari'ah. *Aamiin Yaa Robbal 'Aalamiin.*

