

BAB V PENUTUP

A. SIMPULAN

Dari uraian yang telah dijabarkan sebagaimana dalam bab-bab terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa Pengusaha kaos Hastag Santri dalam upaya mekanisme strategi produk berbasis syariah menjalankan strategi mengembangkan ide, menilai kelayakan ide, merancang dan menilai uji produk, mendistribusikan dan mempromosikan produk serta pengawasan pasca produksi. Dalam usaha produk kaos Hastag Santri, kekuatan utama adalah pengembangan ide tulisan pada kaos. Tulisan atau biasa disebut quotes inilah yang menjadi faktor utama perbedakan kaos produk Hastag Santri dengan kaos produksi yang lain. Dengan ide kreatifitas menentukan kata-kata dalam kaos serta desain yang modernis yang lekat dengan anak muda, kaos ini digandrungi pelanggan setia, yakni anak-anak muda di kalangan santri dan masyarakat umum. Penjualan produk kaos Hastag Santri, tidak melulu pada produk fisik kaos, tetapi kekuatan utama adalah kreativitas, penciptaan kata-kata yang ada dalam kaos Hastag Santri.

Dalam menjaga produk berbasis syariah, kaos Hastag Santri mengutamakan tema kaos yang inspiratif dan memotivasi, sehingga desain mampu menggugah semangat masyarakat untuk berbuat lebih baik lagi bagi sesama. Selain itu, untuk menjaga produk agar berkualitas sesuai basis gusjigang, maka pelayanan konsumen begitu diutamakan. Artinya, akad dan jual belinya harus jelas dan sesuai syar'i sehingga antara pembeli dan penjual tidak merasa dirugikan. Selain itu Hastag Santri juga selalu sekuat tenaga menjaga 10 karakter pengusaha Gusjigang, yakni amanah, orientasi jangka panjang, kontrol diri, komparatif, sinergis, emphaty, kreatif, taktis, mandiri dan blajar dari kegagalan.

Adapaun kendala serta solusi yang dirasakan pengusaha Hastag Santri antara lain menemukan Market Pasar. Uji coba yang dilakukan Hastag Santri pun demikian dalam menemukan target pasar yang tepat. Awalnya, usaha ini melepaskan produk ke pasar dari bahan katun bambu dengan harga Rp 130 ribu/picis. Dengan bahan yang cukup mahal tersebut ditambah kemasan yang bagus dan tampak elegan, ternyata kurang diminati pasar, akhirnya pilihan jatuh pada produk dengan kisaran harga Rp 80 ribu/picis yang begitu dimintasi pasar karena cukup terjangkau harganya.

Kedua, Kendala teknis produksi, usaha Kaos Hastag Santri tidak mau mengulang kesalahan beberapa pengusaha sejenis karena

persoalan ini. Untuk teknis produksi, Hastag Santri tidak mempekerjakan karyawan sendiri, tetapi kerjasama dengan mitra (vendor). Pilihan ini diambil karena ini adalah solusi yang tepat untuk terus mengembangkan bisnis kaos yang ditekuninya.

Dari awal sistem pemasaran yang dibangun adalah menggunakan jaringan market seluruh Indonesia melalui penjualan online. Di awal-awal, membangun jaringan pemasaran online ini adalah memang sulit, tetapi setelah sering berusaha dan mengasah diri tentang ilmu marketing melalui internet, akhirnya mereka menemukan ritme serta menemukan sistem dalam pemasaran di internet.

Hastag Santri mengakui, soal kompetitor, pasti ada, tetapi mereka lebih berpijak pada prinsip rizki sudah ada yang mengatur dan tidak akan bertukar. Maka, mereka berdua tidak begitu khawatir tentang semakin banyaknya kompetitor. Inilah salah satu karakter gusjigang, orientasi jangka panjang. Artinya, pengusaha menyadari terwujudnya keseimbangan antara spirit mencari untung dan spirit kembali pada Yang Maha Kuasa. Usaha dan ikhtiyar telah dilakukan secara maksimal, hasilnya diserahkan kepada Allah swt.

B. SARAN-SARAN

1. Bagi Pengusaha Hastag Santri
 - a. Melihat perkembangan usaha yang dilakukan, mengangkat karyawan mau tidak mau hanya soal waktu. Oleh karena itu, persiapan merekrut karyawan yang sesuai dengan spirit gusjigang hendaknya dijadikan pijakan dalam melangkah mengembangkan usaha Kaos Hastag Santri.
 - b. Pengembangan ide kreatif yang ada dalam desain kaos ini seyogyanya disebarluaskan pada media-media yang lain, syukur akan ada pengembangan produk yang lain dengan memacu pada desain-desain inspiratif ini, paling tidak desain-desain inspiratif ini akan lebih luas jangkauannya bila disebarkan melalui media-media yang lain. Entunya dengan maksud dan tujuan bahwa pesan-pesan dan spirit serta motivasi yang ingin dicapai dalam desain kaos akan dapat lebih luas menjangar ke masyarakat.
2. Bagi Peneliti dan Masyarakat Umum
 - a. Penelitian soal tema gusjigang, akhir-akhir ini semakin booming. Masih banyak sudut-sudut gusjigang yang belum digarap, khususnya dalam ilmu Ekonomi Islam. Penelitian mengenai karakter gusjigang ini perlu diteliti lebih lanjut, untuk menemukan spirit gusjigang dalam pengusaha.
 - b. Bahwa bisnis, bukanlah hanya terbatas soal matematika dan angka, lebih dari itu, bisnis berbasis syariah adalah

bagaimana menciptakan produk yang bermanfaat bagi sesama untuk berorientasi jangka panjang, tidak hanya persoalan duniawi, tetapi bagaimana menemukan sisi bisnis yang mampu mengantarkan keselamatan di dunia dan akhirat.

C. PENUTUP

Demikian skripsi ini disusun semoga hasil penelitian ini dapat berguna bagi banyak pihak. Selain menambah pengetahuan tentang strategi pengusaha dalam mempertahankan laba usaha, menambah khazanah pengetahuan tentang ilmu ekonomi yang berkenaan dengan bisnis yang sesuai dengan syariat Islam juga bisa memberikan gambaran mengenai strategi pengusaha dalam menentukan produk maupun menyusun perencanaan produk baru yang berlandaskan spirit Gusjilang.

