

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisa Strategi Pemasaran *Online* dan *Offline* serta Penerapan Etika Bisnis Islam di UMKM Batik Djanoer Kudus peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Etika Bisnis Islam yang diterapkan pada pemasaran *offline* Batik Djanoer Kudus sudah diterapkan dengan baik. Terbukti dengan adanya rukun dan syarat jual beli yang sudah dipenuhi yaitu hadirnya pembeli, penjual, dan barang yang diperjualbelikan memang benar-benar ada, serta pembeli melakukan pembayaran dengan disertai bukti transaksi berupa nota atau struk transfer jika pembeli tersebut tidak membayar *cash* atau melalui transfer atm.
2. Etika bisnis Islam yang diterapkan di strategi pemasaran *online* Batik Djanoer Kudus sudah ada namun ada beberapa aspek yang tidak dihadirkan saat melakukan pemasaran produknya. Seperti pada aplikasi shopee tim *publish* tidak memaparkan jenis bahan produk batik, ukuran kain batik dan hal itu kesannya kurang transparan dalam jual beli. Apalagi pemasaran *online* harus dideskripsikan barang/produk yang dijual spesifik mungkin agar pembeli mengetahui informasi produk dengan jelas dan terhindar dari penipuan.
3. Strategi Pemasaran *Offline* yang dilakukan oleh UMKM Batik Djanoer Kudus adalah menggunakan media yang tepat seperti: brosur, spanduk, kartu nama, toko *offline*. Di mana strategi pemasaran *offline* sangat berkembang dan menyebabkan Batik Djanoer Kudus tetap *axis* hingga tahun 2021 ini meskipun kenyataannya pemasaran *offline* sasaran pemasarannya lebih sempit dibandingkan dengan pemasaran *online*.
4. Strategi Pemasaran *online* sudah diterapkan di Batik Djanoer Kudus mulai dari menggunakan aplikasi shopee (Batikdjanoerkudus), fanspage (Batik Djanoer kudus & Desainer, facebook (Nindya An Nida), watshap (085700500026 dan 085640116673), bukalapak, toko pedia. Meskipun kenyataannya pemasaran *online* di Batik

Djanoer Kudus belum berjalan signifikan seperti akun pemasaran *online* menggunakan tokopedia dan bukalapak sekarang sudah tidak digunakan lagi dan dihapus akunnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dari Analisa *Penerapan* Etika Bisnis Islam pada Strategi Pemasaran *Offline* dan *Online* di UMKM Batik Djanoer Kudus, maka peneliti memiliki beberapa saran bagi pihak yang terkait dalam penelitian ini:

1. Bagi Pemilik UMKM Batik Djanoer Kudus, diharapkan konsisten dalam menerapkan etika bisnis Islam pada strategi pemasaran *offline* dan *online* serta dapat mempertahankan keunggulan dari strategi pemasaran *offline* yang dilakukannya serta bisa mengembangkan secara aktif strategi pemasaran *onlinenya* terkait di zaman sekarang semakin maju dari teknologi, pelaku UMKM harus menguasai teknologi yang ada demi suksesnya pemasaran yang dilakukan.
2. Bagi Karyawan UMKM Batik Djanoer Kudus, diharapkan mampu bekerja secara profesional agar menghasilkan produk Batik Djanoer Kudus yang tetap menomersatukan kepercayaan pelanggan dan menjaga kualitas produk.
3. Bagi Reseller, diharapkan mampu mengikuti perkembangan pemasaran *online* agar pemasaran yang dilakukan tidak hanya menggunakan pemasaran *offline* saja sehingga bisa menjadi reseller yang aktif yang mampu bekerja sama pada UMKM Batik Djanoer Kudus sehingga bisa *axis* produknya di pasaran.
4. Bagi *Customer*, diharapkan mampu membeli secara bijak sesuai kebutuhan yang dibutuhkan dan tidak *isyrof* dalam melakukan konsumsi produk. Selain itu customer juga diharapkan membeli dengan *smart* sehingga mengetahui informasi produk dan tidak terjadi kekecewaan pelanggan.
5. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar menambah variabel penelitian dan menggunakan metode penelitian serta lokasi penelitian yang berbeda dari yang dilakukan peneliti sehingga hasil penelitian dapat dijadikan bahan perbandingan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat dan lengkap.