

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau dari Perspektif Bisnis Syariah (studi kasus di *Daily Beauty*)”, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil yang telah didapatkan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan pada *Daily Beauty* yang berada di Jl. Taman Krida, Wergu Wetan, Kudus adalah dengan melihat strategi produk, harga, promosi dan lokasi. Dalam melakukan strategi *product* pihak *Daily Beauty* menjual produk-produk dengan kualitas yang baik, aman, halal, sudah ber BPOM.

Dari strategi harga *Daily Beauty* memberikan harga yang lebih terjangkau dibanding dengan toko kosmetik lainnya. Dalam penentuan harga *Daily Beauty* memperhitungkan biaya produksi (modal) yang dikeluarkan, hasil pembelian dari distributor serta gaji karyawan hal ini diterapkan guna untuk memperoleh laba dan keuntungan.

Dari strategi promosi yang dilakukan yaitu melalui media sosial atau *online marketing* seperti melalui Instagram, Facebook dan Tiktok, hal ini bertujuan agar mudah diketahui oleh masyarakat. Selain itu *Daily Beauty* juga sering mengadakan promo-promo menarik atau *lucky deep* serta diskon per produk. Kemudian strategi lokasi, dalam memilih *store Daily Beauty* cukup strategi karena dekat pemukiman warga selain itu juga dekat dengan tempat keramaian seperti tempat kuliner dan tempat wisata.

2. *Syariah marketing* pada *store Daily Beauty* yaitu dari segi produk yang dijual halal dan thayyiban (baik) dan tidak menjual barang-barang yang dilarang oleh agama seperti khamr, minuman memabukkan, serta *black market*.

Dari strategi harga menggunakan akad sukarela, yaitu tidak ada unsur paksaan di dalamnya dan dalam penentuan harga. Dalam penentuan harga pemilik *Daily*

*Beauty* tidak menggunakan harga yang tinggi namun sesuai dengan target pasarnya, serta tidak melakukan perang harga dengan niat menjatuhkan pesaingnya.

Dari strategi promosi yang dilakukan yaitu tidak melakukan sumpah palsu untuk menarik konsumen agar konsumen membeli produk dan tidak melakukan penipuan saat melakukan promosi, atau menjelek-jelekkan pesaingnya. Selain itu *Daily Beauty* juga menerapkan sikap jujur, ramah, sabar, sopan santun serta amanah kepada karyawannya saat melayani konsumennya. Prinsip itulah yang menjadi dasar pelayanan di *Daily Beauty*.

Sedangkan dari strategi lokasi menyediakan tempat yang tidak jauh dari pemukiman warga, dan pendirian *store Daily Beauty* tidak berada pada tempat persengketaan melainkan tempatnya menyewa dengan metode pembayarannya satu tahun sekali. Dalam melakukan strategi bauran pemasaran *Daily Beauty* juga menerapkan *syariah marketing* seperti teistis, etis, realistik dan humanitis.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian mengenai analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi covid-19 ditinjau dari perspektif bisnis syariah (studi kasus di *Daily Beauty*) memiliki keterbatasan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian dilakukan di masa pandemi covid-19. Jadi proses observasi dan wawancara tidak bisa dilakukan dengan maksimal karena ada penerapan *social distancing* dan protokol kesehatan.
2. Dalam melakukan analisis strategi bauran pemasaran syariah hanya fokus pada penelitian strategi bauran pemasaran syariahnya saja namun belum mencakup manajemen strategi dan sumber daya manusianya.

## **C. Saran**

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti di store *Daily Beauty*, agar dapat terus berkembang dan untuk meningkatkan penjualan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Pada penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh *Daily Beauty*, hendaknya melakukan proses-proses pemasaran terlebih dahulu seperti melihat peluang pasar, ancaman-ancaman pendatang, pesaing atau kompetitor. Selain itu strategi yang dilakukan masih kurang maksimal, seperti strategi produk hendaknya memberikan pasokan produk-produk yang lebih banyak lagi, utamanya produk yang sering dicari oleh konsumen dan produk yang sedang ramai di pasaran.
2. Dari *syariah marketing* hendaknya selalu memperbaiki kualitas SDMnya agar SDM dapat menyumbangkan ide-ide kreatifnya demi kemajuan *Daily Beauty*, serta ada hari atau kesempatan dimana karyawan diharuskan untuk mengaji dan mengkaji bersama. Disamping itu, diperlukan juga *sharing* antara karyawan dan pemilik *Daily Beauty* tentang kekurangan dan kelebihan masing-masing, sehingga karyawan bisa memperbaiki SDM lebih baik dalam proses pelayanan. Kemudian diharapkan agar terus berbuat baik terhadap sesama serta dapat menumbuhkan sifat toleran antar sesama makhluk Allah.

#### D. Penutup

Alhamdulillah atas berkat rahmat Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi covid-19 ditinjau dari perspektif bisnis syariah (studi kasus di *Daily Beauty*)”

Penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini kurang sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan oleh penulis guna untuk memperbaiki penelitian ini. Semoga penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Akhirnya tak lupa penulis ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga mendapatkan balasan pahala berlipat dari Allah SWT. *Jazakumullah khairal Jaza'. Amin ya Robbal Alamin.*