

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian pada bab-bab sebelumnya dari hasil studi analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk *Iqbal Collection* menurut perspektif manajemen bisnis Syariah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pemasaran perspektif syariah dalam meningkatkan penjualan produk *Iqbal Collection* menggunakan 4 aspek utama. Aspek produk pada sikap *shiddiq* dalam pemasaran yaitu *Iqbal Collection* benar-benar menjual produknya sendiri, pada sikap *amanah* *Iqbal Collection* dapat di percaya dari segi aspek bahan bakunya yang berbagai macam hingga dapat dijual dengan harga yang relatif, pada sikap *fathanah* dalam menjual produk *Iqbal Collection* memproduksi bukan hanya seragam sekolah, tapi juga menjual baju koko dari berbagai ukuran dan bisa mengikuti model, pada sikap *tabligh* *Iqbal Collection* menjual produk bukan hanya didalam kota (pasar kliwon) tapi bisa menjual hingga Kalimantan, Papua, bahkan Malaysia. Pada aspek harga dengan berlandaskan pada sikap *shiddiq* pemilik tidak mematok harga yang tinggi, karena pemilik menselaraskan bahan baku, pada sikap *amanah* konsumen dapat mempercayai *Iqbal Collection* untuk harga dan kualitas, pada sikap *fathanah* pemilik mematok harga yang lebih murah dari pasaran dengan kualitas yang baik, pada sikap *tabligh* pemilik memberikan harga yang sama untuk semua konsumen baik eceran maupun grosir. Pada aspek promosi dengan berlandaskan pada sikap *shiddiq* dalam promosi pemilik melakukannya dengan jujur dari bahan baku apa saja yang dipakai, pada sikap *amanah* pemilik yang sangat ulet dalam mengelola bisnis hingga melakukan promosi dari jenis koko, pada sikap *fathanah* pemilik bukan hanya mempromosikan seragam sekolah namun pemilik juga mempromosikan koko, pada sikap *tabligh* pemilik melakukan promosi produknya ke masyarakat. Pada aspek saluran distribusi dengan berlandaskan pada sikap *shiddiq*

Iqbal Collection menerapkan sikap jujur yaitu menjual produk yang di produksi oleh pabriknya sendiri, pada sikap *amanah Iqbal Collection* tidak menjual dengan harga yang tinggi dalam mendistribusikan produknya, pada sikap *fathanah Iqbal Collection* mempunyai desain sendiri untuk barang yang diproduksi terutama pada baju koko, pada sikap *tabligh Iqbal Collection* menjual produknya melewati produsen-produsen pasar kliwon.

2. Kelebihan strategi pemasaran perspektif syariah dalam meningkatkan penjualan produk *Iqbal Collection* yaitu *Iqbal Collection* menetapkan harga yang terjangkau untuk menarik minat konsumen. Kelebihan selanjutnya yaitu *Iqbal Collection* memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Kelebihan selanjutnya yaitu semangat kerja karyawan *Iqbal Collection* yang tinggi menjadikan produk cepat dalam proses produksinya. Kekurangan strategi pemasaran perspektif syariah dalam meningkatkan penjualan produk *Iqbal Collection* yaitu kadang saat pesanan sedang banyak pengerjaan produk kadang melebihi batas waktu yang dijanjikan. Kekurangan selanjutnya yaitu manajemen keuangan yang belum tertata dengan baik sehingga masih bercampur antara dana modal dengan dana pribadi.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian penulis mengenai studi analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk *Iqbal Collection* menurut perspektif manajemen bisnis Syariah melekat beberapa keterbatasan. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Keterbatasan waktu penelitian yang hanya meliputi jangka waktu selama kurang lebih 3 bulan. Sehingga mengakibatkan penelitian ini kurang dalam hal kualitas dan kuantitas.
2. Dalam melakukan studi analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk *Iqbal Collection* menurut perspektif manajemen bisnis Syariah, peneliti hanya melakukan analisis ditinjau dari manajemen pemasaran,

belum mencakup analisis ditinjau dari manajemen strategi dan manajemen sumber daya manusia.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan memperpanjang waktu penelitian. Dengan melakukan penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang diharapkan akan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai studi analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk *Iqbal Collection* menurut perspektif manajemen bisnis Syariah.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan juga memperhatikan analisis ditinjau dari manajemen strategi dan manajemen sumber daya manusia sehingga diketahui apakah strategi tersebut sudah benar atau belum.

D. Penutup

Alhamdulillahirobbil 'alamin, segala puji milik Allah SWT semata. Teriring panjat syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kekurangan dan kekhilafan sebagai manusia, menyadarkan penulis akan kekurangsempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu, tegur sapa dan saran kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan. Sebagai akhir kata, terbesit harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca budiman pada umumnya, dan khususnya bagi penulis sendiri di masa-masa yang akan datang. *Amin Yaa Rabbal 'Alamin*.