

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Toko Harmoni Kudus tentang Analisis Strategi *Digital Marketing* Terhadap Volume Penjualan dan Keunggulan Bersaing maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Digital Marketing yang dilaksanakan oleh Toko Harmoni Kudus meningkatkan volume penjualan dilihat dari bauran Pemasaran dan media *Digital Marketing* yang digunakan oleh Toko Harmoni Kudus untuk meningkatkan volume penjualan sangat efisien. Hal ini terlihat dari *omzet volume* penjualan yang mengalami peningkatan daribulan ke bulan selama pandemi. Sejak 7 bulan terakhir volume penjualan barang dagang per bulannya jika ramai orderan hampir mencapai 300 juta. Bahkan jika orderan sepi masih mencapai 160 juta. Jika dikalkulasi secara kumulatif, maka omzet penjualan pada Toko Harmoni Kudus pada 7 bulan pertama pandemi dapat mencapai Rp 1.275.032.000 dan penjualan pada 7 bulan terakhir dapat mencapai Rp 1.498.227.000.
2. Toko Harmoni Kudus dalam menjalankan usahanya tidak takut pada pesaingnya dikarenakan mereka meskipun mereka baru berdiri akan tetapi sudah memiliki ratusan reseller. Produk yang beragam, pelayanan yang unik, harga yang terjangkau sehingga usaha ini tidak kalah saing dengan yang lain. Toko Harmoni telah memiliki konsumen yang setia dan tetap berkunjung ditengah maraknya berkembang *trend* lainnya.
3. Pandangan pemasaran Ekonomi Syariah yang diterapkan oleh Toko Harmoni Kudus sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah. Dalam pelaksanaan strategi digital marketing, ada 4 karakteristik. Adapun karakteristiknya terdiri dari Theitis (*Rabbaniyyah*),

Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*Al-Waqi'iyah*), dan Humanistis (*Insaniyyah*).

B. Saran

Peneliti selanjutnya memberikan usulan ide berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diberikan, yang dapat membantu pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Berikut beberapa rekomendasi peneliti kepada Toko Harmoni Kudus:

1. Bagi Pelaku Bisnis
 - a. Produk yang tersedia di toko agar lebih dilengkapi sehingga lebih menarik minat konsumen.
 - b. Menjaga loyalitas klien dengan memberikan pengalaman pelayanan yang cepat dan menyenangkan.
 - c. Menggunakan teknik pemasaran yang sesuai, efektif, dan efisien untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan perusahaan yang dimiliki.
 - d. Senantiasa menerapkan sikap-sikap wirausahawan seperti yang telah dicontohkan oleh Rasulullah.
2. Bagi Masyarakat
 - a. Masyarakat diharap dapat mengetahui apa yang menjadi hak dan kewajiban sebagai konsumen.
 - b. Masyarakat diharapkan lebih teliti dan memahami prosedur pembelian terhadap suatu toko atau badan usaha.
3. Bagi Kalangan Akademisi
 - a. Diharapkan agar temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam kajian ilmiah, khususnya dalam menganalisis dampak strategi pemasaran digital terhadap volume penjualan dan keunggulan kompetitif dari sudut pandang ekonomi Islam.
 - b. Hal ini dimaksudkan agar penelitian selanjutnya dengan judul peneliti dapat mengambil tema penelitian yang berbeda, seperti teknik digital

marketing di Toko Harmoni, sehingga hasil yang diperoleh dapat menambah keragaman penelitian dan menambah hasanah keilmuan.

C. Penutup

Alhamdulillah penelitian ini berhasil diselesaikan oleh peneliti, dengan data, pengetahuan, dan bahan yang banyak untuk dikerjakan. Mohon dimaklumi jika ada kekurangan dalam teks karena peneliti menyatukannya dengan segala keterbatasannya dalam pikiran. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

Akhirnya, peneliti berkeyakinan bahwa informasi yang diberikan dalam skripsi ini akan bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan para peneliti lainnya pada khususnya di masa yang akan datang. Dan dalam mata kuliah manajemen bisnis syariah, dapat memberikan wawasan, pengetahuan, dan keilmuan. Amin Yaa Robbal 'Aalamiin