

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan dan penjelasan di atas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian tentang “Penerapan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) dalam Perspektif Ekonomi Islam Guna Meningkatkan Volume Penjualan Kaligrafi di Indra Karya Art Pendorosawalan Kalinyamat Jepara” yaitu:

1. Penerapan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) guna meningkatkan volume penjualan kaligrafi Indra Karya Art. Meliputi: (a) bauran produk, dengan menciptakan berbagai macam produk-produk kaligrafi dari segi bentuk (surat-surat pendek, jam dinding, replika Makkah, replika Madinah, pintu ka’bah, pintu nabawi dan kubah masjid), bahan (kuningan, aluminium, fiber glass, silikon prada dan kayu ukir yang menjadi khasnya kota Jepara), ukuran dan *custom* sesuai permintaan, (b) bauran harga, dengan menerapkan klasifikasi konsumen yaitu konsumen umum mendapatkan harga normal dan konsumen khusus (*sales marketing, reseller* dan *dropshipper*) mendapatkan harga spesial, (c) bauran promosi, Indra Karya Art mempromosikan produknya melalui: *sales marketing* (di pulau Jawa maupun pulau Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Riau, Nusa Tenggara dan Papua), *distributor, market place* (facebook, instagram, shoope, bukalapak dan tokopedia) dan pameran expo, (d) bauran distribusi, distributor memiliki *outlite* di pinggir-pinggir jalan raya yang dikirim melalui ekspedisi cargo atau mengambil langsung ke tempat produksi Indra Karya Art.
2. Kesesuaian prinsip-prinsip syariah terhadap penerapan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) guna meningkatkan volume penjualan kaligrafi Indra Karya Art. Meliputi: (a) bauran produk, islam memandang produksi sebagai aktivitas mewujudkan sebuah manfaat (halal meliputi bahan baku sampai jenis produk). Misalnya: semua karyawan Indra Karya Art diwajibkan menjalankan sholat maktubah, pada bulan Ramadhan menjalankan

puasa dan disediakannya minuman dan makanan ringan yang bebas diambil dapat menambah semangat, (b) bauran harga, islam menetapkan harga berpatokan pada besaran nilai (harga) barang atau jasa yang tidak boleh dilipat gandakan sebesar-besarnya setelah dikurangi biaya produksi. Segmentasi harga diterapkan berdasarkan jumlah pendapatan daerah. Di mana mayoritas *sales marketing* Indra Karya Art tersebar di seluruh luar pulau Jawa, (c) bauran promosi, syariah Islam sangat mengedepankan prinsip kejujuran (*shiddiq*) dalam aktifitas ekonomi tidak terkecuali kegiatan promosi. Indra Karya Art melakukan promosi dengan dua cara, yaitu: *offline selling* dan *online selling*, (d) bauran distribusi, hal yang membedakan *Marketing Mix* Islam dengan *Marketing Mix* konvensional terletak pada prinsip halal dan haram pada aturan operasionalnya. Indra Karya Art terletak di jalan Pendosawalan-Datar Kalinyamat Ds. Pendosawalan 09/03, Kec. Kalinyamat, Kab. Jepara. Di mana konsumen (khususnya *sales marketing*) bisa langsung cek ke lokasi dan melihat segala prosesnya sehingga terhindar dari penipuan.

3. Beberapa faktor menjadi penghambat dan pendukung dalam mengembangkan volume penjualan kaligrafi Indra Karya Art. Adapun faktor-faktor penghambat, meliputi: sulitnya mencari SDM dikarenakan berjamurnya pabrik industri, loyalitas karyawan dan harga bahan baku yang terus melejit, cuaca ekstrim (penghujan), pandemi Covid-19, majunya teknologi produksi, berjamurnya *olshop* di berbagai *platform market place* mulai dari facebook, instagram, shoope, bukalapak dan tokopedia, masuknya produk kaligrafi dari luar negeri seperti: Cina dan Turki, macet dalam proses pembayaran dan kurang optimalnya pemerintah dalam mendukung UMKM. Sedangkan faktor-faktor pendukung, meliputi: permodalan di samping menggunakan perolehan laba juga meminjam ke Bank, menciptakan karya-karya (model) baru, harga yang berbeda bagi konsumen biasa dan *sales marketing*, mempromosikan di berbagai *platform market place* mulai dari facebook, instagram, shoope, bukalapak dan

tokopedia, mempunyai armada sendiri untuk mengantarkan pesanan, mengikuti acara UMKM yang di selenggarakan oleh dinas Jepara, pemberlakuan sistem pembayaran tempo (cicilan perbulan) bagi *sales marketing* yang membantu (meringankan) bagi yang modalnya pas-pasan.

B. Saran

Mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran untuk Indra Karya Art maupun industri sejenis agar kedepannya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan, antara lain:

1. Pengembangan aspek produksi dengan mengadopsi teknologi modern.
2. Pemberlakuan harga spesial dan bonus pada *event online selling* tertentu, khususnya pada *market place* shoope, bukalapak dan tokopedia.
3. Tidak hanya melakukan promosi secara *online* sebatas di wilayah lokal dalam negeri saja, akan tetapi perlu dilakukan pengembangan pemasaran agar bisa masuk ke dalam pasar global, misanya dengan membuat website dan memasarkan produk pada *market place* skala internasional.
4. Membuka *outlite* galeri di daerah-daerah strategis.