

BAB VI

PENUTUP

Tahap terakhir dari penelitian adalah penutup. Pada bab ini akan ditarik kesimpulan dari hasil penelitian. Kesimpulan tersebut diperoleh dari hasil proses analisis dan pembahasan sehingga peneliti dapat menyimpulkan penelitian ini sesuai dengan fokus penelitian yang ada di bab pertama. Kesimpulan tersebut sebagai berikut.

A. Kesimpulan

Penelitian ini berada di dua lokasi yang berada di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung, dan terbagi atas tiga fokus yaitu gambaran sifat-sifat nabi di batik Satrio Manah dan Gajah Mada Tulungagung, Penerapan strategi sifat-sifat nabi di batik Satrio Manah dan Gajah Mada Tulungagung, dan keberhasilan penerapan strategi sifat-sifat nabi di batik Satrio Manah dan Gajah Mada Tulungagung.

1. Gambaran sifat-sifat nabi di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung
 - a. Gambaran sifat *Siddiq* yang terlihat di batik Satrio Manah bahwa karyawan memberikan produk kualitas yang bagus kepada konsumen, dan gambaran sifat *Siddiq* yang terlihat di batik Gajah Mada Tulungagung para karyawan kurang bersikap jujur dengan pemilik atas kinerjanya.

- b. Gambaran sifat *Amanah* yang terlihat di batik Satrio Manah dan Gajah Mada Tulungagung banyak karyawan yang datang tepat waktu dan bertanggungjawab dengan tugasnya.
 - c. Gambaran Sifat *Tabligh* yang terlihat di batik Satrio Manah dan Gajah Mada Tulungagung sama-sama memberikan pelayanan yang menyenangkan terhadap konsumen.
 - d. Gambaran Sifat *Fatanah* yang terlihat di batik Satrio Manah dan Gajah Mada Tulungagung sama-sama tidak diterapkan secara maksimal.
2. Penerapan strategi sifat-sifat nabi di Batik Satrio Manah dan Batik Gajah Mada Tulungagung
- a. Penerapan strategi sifat *Siddiq* diterapkan di batik Satrio Manah dan dipergunakan untuk menarik konsumen, sedangkan di Batik Gajah Tulungagung Mada strategi ini belum begitu diterapkan oleh beberapa karyawan.
 - b. Penerapan strategi sifat *Amanah* diterapkan oleh di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung dengan cara bertanggungjawab atas semua pekerjaan yang dipercayai oleh konsumen.
 - c. Penerapan strategi sifat *Tabligh* diterapkan oleh di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung dengan cara memberikan pelayanan yang ramah dan sopan terhadap kosumen dan memberikan desain serta promosi kepada konsumen.

- d. Penerapan strategi sifat *Fatanah* diterapkan oleh di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung tidak dengan maksimal, kurangnya informasi yang diberikan ke sosial media.
3. Keberhasilan penerapan strategi sifat-sifat nabi di Batik Satrio Manah dan Batik Gajah Mada Tulungagung

Dari semua penerapan sifat nabi yaitu *siddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (menyampaikan), dan juga *fatimah* (cerdas) yang diterapkan di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada telah memberikan dampak positif dan membantu kelancaran usaha industri batik. Dengan sifat nabi yang diterapkan membuat banyak konsumen mengetahui dan senang dengan usaha industri batik ini, sehingga banyak konsumen yang berlangganan dan mengajak untuk bekerjasama.

B. Implikasi

Penelitian ini merujuk pada teori-teori ekonomi syariah, manajemen, bisnis. Penelitian ini adalah untuk melihat apakah teori dalam praktiknya dapat dirasakan dengan nyata. Usaha industri batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung ini menerapkan sifat nabi yaitu yaitu *siddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (menyampaikan), dan juga *fatimah* (cerdas), yang belum diketahui banyak orang. Secara garis besar implikasi dibagi menjadi dua yakni implikasi secara teoritis dan implikasi secara praktis.

1. Implikasi Teoritis

- a. Gambaran sifat-sifat nabi di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung. Sebagaimana yang sudah tertera pada pembahasan dan kesimpulan bahwa dari mulai perintisan hanya memproduksi batik kain panjang dengan macam motif sedikit. Dengan penerapan sifat nabi semakin bertambahnya motif dan macam produksi yang dihasilkan.
- b. Penerapan strategi sifat-sifat nabi di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung. Sifat nabi diterapkan dalam manajemen usaha kedua batik tersebut kepada konsumen, memberikan pelayanan yang baik dengan kejujuran mengutamakan kualitas produk, mendapatkan kepercayaan banyak konsumen, tidak mendapatkan komplain dari konsumen, dan mendapatkan banyak peluang sehingga usaha menjadi berkembang.
- c. Keberhasilan penerapan strategi sifat-sifat nabi di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung. Mendapatkan banyak pesanan dari konsumen, kerjasama dengan konsumen, kerjasama dengan dinas-dinas dan pengusaha yang lainnya, dan mendapatkan promosi setiap kegiatan pameran maupun kegiatan yang lainnya.

2. Implikasi Praktis

- a. Gambaran sifat-sifat nabi di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung. Awal berjalannya usaha industri batik ini tidak banyak ketertarikan konsumen karena sedikit produk yang dijual dan

sifat belum semua diterapkan. Setelah menerapkan sifat nabi banyak perubahan dalam industri batik tersebut.

- b. Penerapan strategi sifat-sifat nabi di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung. Dalam hal ini usaha industri batik harus selalu menambah mencari informasi dan melakukan banyak pelatihan terhadap karyawannya, mengikuti banyak *workshop* dan juga pameran agar bertambah wawasan sehingga meningkatkan kualitas produk dan berkembangnya usaha.
- c. Keberhasilan penerapan strategi sifat-sifat nabi di batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung. Usaha industri kedua batik menjadi panutan dalam manajemen usaha. Banyak usaha lain yang mengikuti manajemen usaha industri batik tersebut untuk mengembangkan usahanya.

C. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dari penelitian ini peneliti memiliki beberapa saran untuk bahan renungan bagi pembaca dan pemilik usaha industri batik Satrio Manah dan batik Gajah Mada Tulungagung dalam meningkatkan kualitas dan berkembangnya usaha.

1. Untuk berkembangnya usaha harus selalu menerapkan sifat nabi kepada sesama anggota perusahaan dan terutama dengan konsumen, sehingga usaha akan terus berjalan dan berkembang.
2. Pengelolaan tidak hanya puas dengan penghasilan yang dicapai, tetapi juga harus terus mencari tambahan informasi dan mengolah

produk menjadi seunik mungkin hingga mendapatkan perhatian banyak konsumen, sehingga menarik konsumen untuk membeli produk dan bekerjasama dengan perusahaan.

3. Keberhasilan yang telah dicapai hendaknya selalu dikaji dan diteliti ulang sehingga menjadi bahan untuk memperbaiki kesalahan atau hambatan yang selama ini menjadi kendala.
4. Untuk meningkatkan usaha yang mampu bersaing dan menciptakan produk-produk baru yang selalu mendapatkan perhatian konsumen dan pebisnis sehingga usaha terus berkembang.