

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari keseluruhan hasil penelitian, setelah dilakukan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Perkembangan bisnis online shop di kalangan mahasiswa IAIN Tulungagung dapat disimpulkan bahwa semakin lama semakin banyak mahasiswa yang menjalankan bisnis online shop sebagai bisnis sampingan selaku menjadi masih menjadi mahasiswa. Hal tersebut bisa diketahui dari jumlah mahasiswa yang melakukan bisnis online di IAIN Tulungagung dari tahun 2015 sampai tahun 2020. Terlihat bahwa mulai tahun 2015, mahasiswa yang melakukan bisnis online sejumlah kurang lebih 203 mahasiswa. Angka tersebut naik menjadi kurang lebih 352 pada tahun 2016. Pada tahun 2017, bisnis online yang dilakukan mahasiswa bertambah menjadi kurang lebih 586 mahasiswa. Pada tahun 2018 jumlah tersebut menjadi bertambah kembali menjadi kurang lebih 692 mahasiswa. Di tahun 2019 menjadi kurang lebih 875 mahasiswa, dan pada tahun 2020 menjadi kurang lebih 1.147 mahasiswa.
2. Adapun dampak yang dirasakan oleh pemilik bisnis online shop saat terjadinya wabah Covid-19 ini adalah menurunnya jumlah

permintaan dari konsumen yang mengakibatkan menurunnya jumlah pendapatan dari owner – owner bisnis online tersebut. Apalagi rata – rata target dari para pelaku bisnis online ini adalah civitas akademika IAIN Tulungagung. Dengan adanya himbauan untuk dilakukannya kuliah secara daring, maka pastinya pasar yang dituju oleh beberapa owner bisnis online shop ini menjadi sedikit. Namun, dampak Covid-19 yang dirasakan tersebut tidak berlangsung lama dan owner bisnis online tersebut bisa menemukan target pasar yang baru.

3. Adapun strategi pemasaran syariah yang digunakan saat terjadinya wabah Covid-19 ini sesuai dengan bauran pemasaran 4P, yaitu produk, promosi, tempat, dan harga. Dari segi produk, para pemilik bisnis online shop selalu memberikan kualitas yang terbaik pada setiap produknya. Dari segi promosi, banyak yang menggunakan berbagai cara seperti memberikan *give away*, promo, dan juga penurunan harga agar konsumen menjadi tertarik kembali. Dari segi tempat, karena ini termasuk bisnis online shop, maka tempat yang digunakan untuk menawarkan produknya adalah media social, seperti facebook, wa, dan juga instagram. Dari segi harga, keempat bisnis online tersebut memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang sangat baik.

B. Saran

1. Bagi Akademis

Bagi pihak akademik untuk dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi perpustakaan sebagai bahan acuan bagi penelitian yang akan datang mengenai strategi pemasaran bisnis online shop dalam menghadapi adanya Covid-19 di kalangan mahasiswa IAIN Tulungagung.

2. Bagi Pemilik Bisnis Online Shop

Penelitian ini diharapkan berguna bagi para pemilik bisnis online yang khususnya bisnis online Ferha Store, Shona Grosir & Retail, Galeri Organizer, Sarung Barokah dan Dee.id.palugada sebagai bahan pengambilan keputusan di bidang strategi pemasaran bisnis online shop dalam menghadapi adanya Covid-19 di kalangan mahasiswa . Untuk keempat bisnis online, diharapkan kedepannya untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasaran yang telah diterapkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti yang akan datang bisa dijadikan salah satu referensi dan sumber informasi dan disarankan untuk meneliti dalam kajian yang sama sesuai dengan strategi pemasaran syariah dengan mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan judul yang berbeda.