

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dari data-data dan wawancara serta observasi yang penulis lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung menerapkan jenis strategi promosi yaitu dengan periklanan (*advertising*), promosi penjualan, publisitas, dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Dari setiap penerapan promosi melalui media online yang dilakukan memunculkan berbagai dampak, baik dampak positif maupun dampak negatif. Dan kegiatan promosi di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung juga diterapkan dengan berlandaskan prinsip ekonomi syariah.

1. Implementasi strategi promosi melalui media online pada penjualan gamis syar'i di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung adalah jenis strategi promosi menggunakan periklanan (*advertising*) dengan mengiklankan produk gamis syar'i ke akun Facebook dan Instagram yang dilengkapi dengan *copywriting* yang bertujuan untuk menarik konsumen, promosi penjualan dengan memberikan potongan harga/diskon dan pemberian paket hemat belanja, serta *retur* dan *refund* bagi barang cacat, publisitas dengan cara menyediakan web dengan alamat www.adzkiahijabofficial.com pada jaringan internet untuk mempermudah calon konsumen mengakses seluruh produk yang dijual Adzkia Hijab Syar'i, dan pemasaran langsung (*direct marketing*) dengan cara mengirimkan pesan pribadi menggunakan akun Facebook

maupun Instagram milik penjual/marketer kepada pengguna media sosial Facebook dan Instagram untuk mendapatkan respons atau tanggapan langsung tentang produk yang dijual Adzkia Hijab Syar'i sehingga menciptakan hubungan lebih dekat dengan calon konsumen.

2. Implementasi strategi promosi melalui media online pada penjualan gamis syar'i di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung menimbulkan berbagai dampak positif maupun dampak negatif. Dampak positif menerapkan kegiatan promosi melalui media online yaitu dapat menjangkau calon konsumen lebih banyak karena disebabkan semakin banyaknya pengguna internet di dunia, hemat (minim) modal, hemat waktu karena dapat dilakukan kapan saja. Sedangkan dampak-dampak negatif promosi melalui media online yaitu menyebabkan kurang mendapatkan kepercayaan (ragu-ragu) dari calon konsumen tentang kualitas produk yang dihasilkan, terkadang mengalami penipuan dari konsumen tentang pesanan dan pembayaran, dan adanya plagiator atau pencurian foto-foto produk Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.
3. Implementasi strategi promosi melalui media online pada penjualan gamis syar'i di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung ditinjau dari ekonomi syariah yaitu kegiatan promosi di Adzkia Hijab Syar'i yang juga menerapkan promosi berlandaskan islam yang mana kegiatan promosi dilakukan secara jujur, terbuka, dan *riil*/apa adanya kepada calon konsumen. Pada periklanan, promosi produk Adzkia Hijab Syar'i dilakukan dengan memasang foto-foto asli produk ke media

online untuk menghindari adanya unsur penipuan kepada calon konsumen. Dan pada kegiatan promosi penjualan, promosi dilakukan dengan mengadakan *sale/discount* dari sebagian produk yang mana pihak marketer juga berusaha mengungkapkan dengan jujur tentang kondisi produk Adzkia Hijab yaitu dengan menceritakan keunggulan dan kekurangan yang dimiliki.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang sudah dituangkan oleh penulis pada bab-bab sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis yaitu:

1. Melihat jenis strategi-strategi promosi yang sudah diterapkan oleh Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung, seharusnya pemilik usaha/produsen juga memiliki inisiatif untuk melakukan promosi secara langsung di sekitar Tulungagung, misalnya dengan membangun hubungan dengan masyarakat yang lebih baik dengan ikut serta mensponsori suatu acara-acara penting di kota Tulungagung yang merupakan pusat produksi gamis syar'i Adzkia Hijab Syar'i, sehingga dengan cara tersebut masyarakat Tulungagung juga lebih mudah untuk mengenal dan menjangkau berbagai produk gamis syar'i yang sudah diproduksi oleh Adzkia Hijab Syar'i. Tidak hanya itu, promosi dengan cara informasi dari mulut ke mulut dengan orang di sekitar seharusnya juga lebih ditingkatkan mengingat jenis promosi ini sangat mudah dilakukan karena tidak mengeluarkan biaya sedikitpun.

2. Untuk mencegah munculnya dampak-dampak negatif yang terjadi pada penerapan strategi promosi yang dilakukan melalui media online, sebaiknya penjual/marketer harus lebih bisa menguasai dan meyakinkan calon konsumen bahwa bisnis penjualan gamis syar'i Adzkia Hijab Syar'i merupakan sebuah bisnis yang amanah. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menggiatkan para marketer untuk tidak lelah melayani konsumen dengan ulet dan telaten seperti lebih sering mengirimkan testimoni-testimoni tentang kualitas produk dari para konsumen yang sudah berlangganan produk Adzkia Hijab Syar'i kepada calon pelanggan baru. Untuk mencegah penipuan, marketer Adzkia Hijab Syar'i diharapkan selalu berhati-hati dalam melayani konsumen dan calon konsumen dengan cara lebih teliti dalam pencatatan data calon konsumen dan pihak Adzkia Hijab harus memastikan dulu kepada calon konsumen untuk menyelesaikan pembayaran dan setelah itu baru pihak Adzkia Hijab melakukan *packing* produk dan mengirimkan produk gamis syar'i kepada calon konsumen yang sudah melakukan pemesanan tersebut. Dan untuk mencegah banyaknya plagiator produk maupun pencurian foto-foto produk Adzkia Hijab, alangkah baiknya apabila di setiap upload koleksi foto-foto produk Adzkia Hijab disertai dengan penulisan *brand* Adzkia Hijab Syar'i itu sendiri.
3. Bahwa setiap kegiatan manusia, termasuk kegiatan promosi, kita sebagai makhluk Tuhan harus berusaha menerapkan kejujuran karena

hal tersebut juga dituangkan dalam al-Quran. Seorang penjual juga harus memiliki sifat-sifat tersebut yaitu jujur dan amanah sehingga tidak merugikan orang lain dan khususnya diri sendiri.