

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti dapat berkesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam menawarkan jasa *wedding organizer* CV Anca Project menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yaitu:
 - a. Produk (*product*): menjaga kualitas pelayanan dengan tujuan membantu memudahkan konsumen.
 - b. Harga (*price*): penetapan harga disesuaikan dengan keadaan harga pasar pada umumnya dan melihat kondisi sosial ekonomi masyarakat, serta adanya negosiasi.
 - c. Tempat (*place*): lokasi usaha merupakan suatu ruko usaha yang berada di lokasi yang strategis yaitu di pinggir jalan raya tempat biasanya masyarakat berlalu lalang sehingga mudah dijangkau.
 - d. Promosi (*promtion*): promosi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti whatsapp, instagram dan facebook serta menjelaskan menggunakan bahasa yang baik dan mudah dipahami masyarakat saat promosi langsung.
 - e. Orang (*people*): orang-orang atau personil mereka menjalankan tugas sesuai dengan standar operasional yang sudah mereka tetapkan sehingga menjadikan kinerja mereka rapih dan profesional.

- f. Proses (*process*): setiap proses yang dijalankan dari awal negosiasi hingga pelaksanaan acara berjalan dengan lancar hingga selesai atas kesepakatan antara kedua belah pihak.
 - g. Bukti Fisik (*physical evidence*): bukti fisik yang dimiliki untuk pemenuhan kebutuhan konsumen yang berasal dari aset pribadi yaitu dari segi publikasi dan dokumentasi sedangkan aspek lainnya mengandalkan vendor yang ada.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan CV Anca Project yaitu menjaga kualitas pelayanan produk agar dapat membantu konsumen, penetapan harga yang sesuai dengan keadaan pasar pada umumnya dan memberlakukan negosiasi, keberadaan lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau, serta pemanfaatan teknologi yang baik dalam melakukan promosi dan menggunakan bahasa yang baik saat promosi langsung. Mereka juga selalu memperhatikan personil atau crew yang mereka punya agar selalu menerapkan standar operasional yang diberlakukan, kemudian dalam prosesnya pun mereka menjalankan kerja dengan baik dan profesional hingga akhir, serta dalam setiap aspek yang ada dalam perjanjian dipenuhi dengan baik hingga konsumen puas dengan kinerja yang dilakukan. Ditinjau dari perspektif ekonomi islam, setiap strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV Anca Project sudah dapat menyesuaikan dengan karakteristik pemasaran islami, namun belum bisa memenuhi setiap aspek yang ada dalam nilai ketuhanan (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqiyah*), realistik

(*waqi'iyah*) dan humanistis (*insaniyah*) secara keseluruhan. Kemudian mereka juga telah menerapkan beberapa nilai bisnis dan manajemen yang dicontohkan Rasulullah SAW seperti .

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan saran yaitu sebagai berikut:

1. Untuk CV Anca Project penelitian ini dapat dijadikan pembelajaran jangka panjang untuk menyiapkan strategi yang lebih efektif dan efisien dalam menghadapi tantangan ke depan.
2. Untuk perkembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan peran untuk ilmu pengetahuan, terutama pada bidang keilmuan ekonomi islam.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa lebih baik lagi dalam mengkaji keilmuan ekonomi islam, menambahkan vareabel penelitian serta mengkaji lebih dalam dari berbagai sudut pandang.