

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebagai penutup dari keseluruhan deskripsi diatas dapat dikemukakan kesimpulannya sebagai berikut:

1. Naisha Yogyakarta dalam menjalankan bisnisnya dengan menggunakan strategi e-marketing 7p dalam perspektif etika bisnis islam yaitu
 - a. Keesaan, dalam etika bisnis islam pada strategi e-marketing yang sesuai dengan prinsip keesaan yaitu pada strategi people dimana Naisha menerapkan nilai keesaan dapat diketahui dari adanya jam istirahat pada waktu sholat dan memiliki tujuan selain untuk berbisnis juga bertujuan untuk bermua'amalah dan berdakwah secara berdampingan.
 - b. Keseimbangan (keadilan), dalam etika bisnis islam pada strategi e-marketing yang sesuai dengan prinsip keseimbangan yaitu pada strategi process dimana sebuah transaksi pengiriman dilakukan sesuai dengan permintaan konsumen dan dalam melakukan pemesanan Naisha akan menyesuaikan dengan urutan pemesanan agar adil dan tidak mengakibatkan kesalahpahaman.
 - c. Kehendak bebas, dalam etika bisnis islam pada strategi e-marketing yang sesuai dengan prinsip kehendak bebas yaitu pada strategi place dimana tempat untuk menyalurkan pendistribusian produk Naisha tidak dipermasalahkan, hanya saja dari aspek produk yang dipasarkan harus sesuai dengan aturan yang telah ditentukan.
 - d. Tanggung Jawab, dalam etika bisnis islam pada strategi e-marketing yang sesuai dengan prinsip tanggung jawab yaitu pada strategi product , promotion, price, dan process. Sifat tanggung

jawab harus ditanamkan pada seorang wirausahaan, tanggung jawab atas produk yang telah dipesan konsumen, promosi harus sesuai dengan jalur promosi perusahaan, harga yang ditawarkan dengan kualitas produk harus sesuai dengan informasi yang telah diberikan dan proses pengiriman mengikuti peraturan perusahaan.

e. Kebajikan, dalam etika bisnis islam pada strategi e-marketing yang sesuai dengan prinsip kebajikan yaitu pada strategi people dimana melakukan perbuatan baik yang dapat menimbulkan manfaat bagi orang lain salah satunya pelayanan yang baik kepada konsumen ramah dan menyesuaikan keinginan pelanggan adalah bentuk nilai positif bagi produsen .

2. Pada strategi e-marketing 7p yang dapat meningkatkan penjualan produk Naisha terpaku pada poin Promotion, place dan people. Diantara ketiga poin tersebut sangat menjadi peran penting bagi pemasaran Naisha secara online sehingga dapat meningkatkan penjualan hingga pendapatan.

B. Saran

1. Diharapkan untuk pihak Naisha mungkin akan lebih menarik dalam pengambilan foto dapat dilakukan tidak hanya dilakukan di ruangan saja namun bisa juga secara out dor.
2. Jika dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis masih sangat kurang, sehingga untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat memaksimalkan berbagai data dengan mengacu pada penelitian ini dan sebelumnya.