

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data mengenai Penerapan Bauran Pemasaran (7P) Di Mezora Yogyakarta dalam Perspektif Pemasaran Islami. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) di Mezora sudah berjalan maksimal, hal ini dikarenakan Mezora Yogyakarta senantiasa melakukan strategi bauran pemasarannya yang meliputi:
 - a. Produk perusahaan sangat beragam dari mulai produk remaja, ibu-ibu, hingga pria. Selain itu, Mezora selalu melakukan inovasi dan kreasi terhadap produknya baik model, motif maupun desain yang sesuai trend masa kini.
 - b. Kebijakan harga yang ditawarkan untuk masing-masing produk sangat relatif, karena kualitas yang digunakan untuk setiap produk berbeda-beda, selain itu dalam penentuan harga, dengan mengikuti harga pasaran tidak terlalu mahal maupun tinggi.
 - c. Strategi tempat atau lokasi yang diterapkan oleh Mezora dengan pemanfaatan daerah strategis yang berada di keramaian pusat kota Yogyakarta. Selain itu kemudahan sarana dan transportasi, sehingga dapat memudahkan akses untuk para konsumen, pemasok maupun distributor.
 - d. Promosi yang diterapkan oleh Mezora dalam mempromosikan produknya dengan cara *personal selling*, periklanan, publisitas, melakukan pameran, adapun medianya dengan menggunakan Instagram, spanduk, baleho, brosur, maupun dengan media promosi lainnya.
 - e. Bentuk optimalisasi *people* atau karyawan yang diterapkan oleh Mezora selalu mengutamakan sikap ramah dan sopan santun, memberikan pelayanan yang memuaskan dalam kebutuhan konsumen, berpenampilan baik dan rapih serta memberikan loyalitas kepada konsumen.
 - f. Strategi proses yang diterapkan oleh Mezora dengan melakukan prosedur, mekanisme yang sesuai dengan tujuan perusahaan, mengikuti arahan dan jadwal

yang telah disepakati, menyampaikan dan mendistribusikan barang sesuai dengan harapan konsumen maupun distributor.

- g. Strategi *physical evidence* yang diterapkan oleh Mezora adalah dengan menyediakan *fitting room* (ruang ganti baju), dilengkapi dengan AC dan ruang tunggu, halaman parkir yang luas, mesin pembayaran, fasilitas tambahan yang mendukung seperti musholla sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen.
2. Ditinjau dari perspektif pemasaran Islami Mezora menerapkan prinsip-prinsip pemasaran syariah dalam menjalankan kegiatan pemasarannya. Adapun yang terdiri dari *Teitis*, *Etis*, *Realistis*, dan *Humanistis*.
 - a. *Teitis*, dalam penciptaan produk, Mezora memperhatikan nilai kehalalan, manfaat, nilai guna, serta kualitasnya. Dalam hal menawarkan produknya Mezora selalu menjelaskan akan kelebihan dan kekurangan produk apabila ada produk yang cacat atau ukuran yang tidak sesuai Mezora senantiasa membantu konsumennya. Hal ini karena Mezora tidak menjadikan bisnis hanya mencari keuntungan semata, namun memperhatikan barang atau produk yang akan dijual berdasarkan pada nilai-nilai Islam.
 - b. *Etis*, dalam melakukan kegiatan promosi selalu memperhatikan nilai-nilai kejujuran, menjauhi unsur penipuan, selalu mengedepankan etika dan moral sehingga tidak dilebih-lebihkan,
 - c. *Realitis*, kebijakan penetapan harga produk sudah sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam, dimana harga yang diberikan berdasarkan harga yang wajar atau realitas, selain itu memiliki SDM yang profesional mengedepankan nilai-nilai religius terutama dalam hal penampilan yang syariat Islam dan tutur bahasa yang sopan santun, serta sapaan yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Sementara penerapan lokasi pada Mezora mengutamakan kenyamanan, kebersihan, pemenuhan kebutuhan sehingga sudah memenuhi kriteria penentuan tempat atau lokasi yang layak.
 - d. *Humanitis*, seluruh karyawan Mezora selalu mengutamakan sikap lemah lembut, tidak membedakan pelanggan dari ras, suku maupun agama, dan rangkaian proses

yang meliputi, prosedur, mekanisme, jadwal telah terorganisir dengan baik berdasarkan nilai-nilai keislaman sehingga tidak ada penyimpangan baik dari penyampaian produk maupun jasa, serta sarana penunjang usaha dijalankan dengan baik sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan keindahan serta kenyamanan bagi setiap orang.

B. Saran

Dari berbagai uraian yang telah dipaparkan di atas, ada hal-hal yang perlu ditingkatkan dan dijadikan sebagai masukan untuk perusahaan yang bersangkutan, antara lain:

1. Bagi perusahaan bersangkutan
 - a. Perlu adanya penghubung antara konsumen dan perusahaan untuk dapat memberikan masukan atau saran, melalui nomor telepon khusus apabila ada saran ataupun kritikan yang dapat membangun perusahaan Mezora.
 - b. Sebaiknya diadakan kegiatan rohani seperti pengajian bersama setiap seminggu sekali atau doa bersama untuk meningkatkan nilai-nilai Islam.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan permasalahan yang menyangkut dengan bauran pemasaran atau pemasaran Islami.
 - b. Peneliti selanjutnya bisa menggunakan variabel 7P pada perusahaan tempat penelitian.