

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan analisa data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka dapat diperoleh kesimpulan tentang Strategi Pemasaran pada Produk SR12 dalam Perspektif Islam (Studi pada Toko Winda Shop Kota Banjarmasin) sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran produk SR12 pada Winda Shop menggunakan strategi *Marketing Mix* (bauran pemasaran) 4P; *Product* (produk); produk SR12 terbuat dari bahan herbal dan memiliki izin BPOM sehingga konsumen yakin menggunakan produk SR12. *Price* (harga); harga yang ditawarkan SR12 cukup terjangkau. *Place* (tempat); letak Winda Shop ini sangat strategis, tempatnya bersih dan tidak ada yang menjual produk yang sama. Dan *Promotion* (Promosi); Winda Shop mempromosikan produk SR12 melalui beberapa media sosial seperti dan mengajak untuk bergabung sebagai mitra. Hasil dari promosi yang dijalankan cukup bagus dalam merebut persaingan pasar.
2. Strategi pemasaran produk SR12 dalam perspektif Islam yang dijalankan oleh Winda Shop telah menerapkan prinsip-prinsip pemasaran secara Islami, yakni dengan berikhtiar (berusaha), memberikan manfaat, amanah atau tanggung jawab, kejujuran, serta ikhlas dan tulus.

## **B. Saran-saran**

Adapun saran-saran penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada Winda Shop agar tetap mengembangkan usaha pemasaran produk-produk SR12 sehingga nantinya usaha ini ke depannya lebih berkembang dengan lebih menargetkan lagi tingkat penjualan dari pemasaran dan pendistribusiannya.
2. Kepada Winda Shop, agen dan para *resellernya* agar tetap menjalankan usaha pemasaran dengan cara yang halal, baik dan sesuai dengan syariat Islam agar dapat mendatangkan manfaat bagi sesama serta menghindari kemudharatan.