

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari pembahasan rumusan masalah di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pertama tentang usaha pengrajin kemoceng bulu ayam UD Aneka Karya sesuai teori peningkatan volume penjualan, yaitu sudah menjajakan produk sedemikian rupa, namun penempatan produk masih kurang tersusun secara rapi. Selanjutnya dalam usaha analisa pasar pemilik UD Aneka Karya masih belum melaksanakannya. Usaha yang ke empat dalam penentuan pembeli yang potensial pengrajin kemoceng bulu ayam masih kurang memahami karakter calon pembeli potensial. Selanjutnya tentang pameran, UD Aneka Karya sendiri selama proses penjualan belum pernah mengadakan pameran, namun menggunakan cara lain yaitu pemberian diskon volume.
2. Selanjutnya, tentang usaha pengrajian kemoceng bulu ayam UD Aneka Karya prespektif *Syariah Marketing* di dapatkan hasil sebagai berikut. Pengrajin pada UD Aneka Karya sendiri tidak pernah melakukan hal-hal yang bisa merugikan orang lain. UD Aneka Karya sudah menerapkan keetisan dalam produknya. UD Aneka Karya mampu menerapkan *Realistis*, namun sisi pemasarannya belum menerapkannya. UD Aneka Karya sudah bisa menerapkan sisi humanistis.

B. SARAN

1. Untuk UD Aneka Karya, hendaknya dalam memasarkan produk lebih agresif dan inovatif lagi. Karena pada zaman sekarang banyak sekali media yang bisa digunakan untuk membantu prosesnya jual beli. Agar lebih bisa mempertahankan produk yang di jual serta agar lebih dikenal diseluruh Indonesia.
2. Untuk lingkungan pembuatan kemoceng bulu ayam sendiri hendaknya di jaga kebersihannya. Karena kita sebagai seorang Muslim haruslah menjaga kebersihan lebih-lebih tempat beribadah. Kebersihan sendiri merupakan sebagian dari iman.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan mampu mengadakan penelitian yang lebih baik lagi guna mnyempurnakan penelitian skripsi ini, karena di dalamnya masih banyak kekurangan, sehingga hasil yang diperoleh nantinya lebih baik lagi dari penelitian yang telah ada.