

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan penulis berkaitan dengan implementasi marketing dalam pengembangan usaha di Baracks Profesional Laundry ditinjau dari Marketing Syariah, maka dapat disusun kesimpulan sabagai berikut:

1. Implementasi marketing yang dilaksanakan di Baracks Profesional Laundry menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan pelanggan yang berimplikasi pada pengembangan usaha bisnis laundry. Adapun aspek marketing yang sudah diimplementasikan meliputi pelaksanaan *marketing mix* dan strategi marketing yang berimplikasi pada pengembangan usaha bisnis laundry.
2. Implementasi marketing dalam pengembangan usaha ditinjau dari marketing syariah di Baracks Profesional Laundry dapat disimpulkan bahwa karakteristik marketing syariah seperti: Ketuhanan/*Rabbaniyah*, Etis (*akhlaqiyyah*), Realistis (*Al Waqi'iyah*), Humanistis (*Al Insaniyyah*) telah diimplementasikan oleh Baracks Profesional Laundry. Selain itu Baracks Profesional Laundry juga telah menerapkan *marketing mix* syariah.

B. Implikasi Teori dan Praktis

Implikasi teori Marketing terhadap bisnis laundry memberikan peluang bagi bisnis laundry terutama Baracks Profesional Laundry dalam pengembangan usaha yang dilakukan. Adanya implelementasi pemasaran

yang bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen, berimplikasi pada meningkatnya minat konsumen untuk terus laundry di Baracks. Sehingga berimplikasi pula pada peningkatan omset, pengembangan teknologi yang digunakan serta pengembangan kinerja sumber daya manusia.

Adapun implementasi marketing syariah berimplikasi pada terbentuknya karakter-karakter sumber daya manusia dari Baracks Profesional Laundry yang sesuai dengan karakteristik marketing syariah. Selain itu, implikasi dari bauran marketing syariah juga berimplikasi pada penyelenggaraan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Implikasi praktis dari praktik pemasaran yang dijalankan oleh Baracks memberikan gambaran bahwa seluruh elemen dalam bisnis harus dijalankan sesuai dengan sistem, prinsip, dan aturan yang sudah ditetapkan. Selain itu, bagi pemilik usaha juga diperlukan adanya disiplin ilmu tertentu untuk mempelajari kebutuhan dari pelanggan. Disiplin ilmu tersebut menyangkut ilmu yang berkaitan dengan jasa yang diberikan, ilmu tentang lingkungan dan background dari pelanggan yang bersangkutan serta ilmu dalam mengelola bisnis sesuai dengan spesifikasi pasar sasaran yang dituju.

C. Saran

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam menggali teori pemasaran yang diterapkan dalam bisnis, terutama bisnis laundry.

Bagi pelaku usaha penerapan pemasaran sudah menjangkau kebutuhan konsumen, namun harus tetap mengevaluasi pemasaran yang

diimplementasi apakah sesuai dengan pasar sasaran yang menjadi fokus dari pengusaha.