

BAB VI

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, Muhajir Project Store sering kali memberikan insentif kepada konsumen berupa diskon, *bundling* produk, dan promo produk baru. Insentif dagang dan insentif tenaga penjualan belum diterapkan. Pada indikator komunikasi, Muhajir Project Store telah menerapkan semua strateginya yang terdiri dari periklanan, hubungan masyarakat, media sosial, dan *personal selling*. Muhajir Project Store memiliki keunggulan produk dari segi diferensiasi, yaitu kreativitas dan nilai-nilai Islam yang dibawa pada setiap produk dan kegiatan promosinya. Muhajir Project Store juga menciptakan keunggulan produk dari segi relevansi berupa variasi produk yang beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen, baik untuk kebutuhan terkait *lifestyle*, rumah tangga, hingga menuntut ilmu. Walaupun globalisasi dipenuhi banyak tantangan, Muhajir Project Store berusaha melihat globalisasi sebagai peluang. Dengan membawa visi “*to spread the beauty of Islam*” yang diturunkan ke tiga misi utama (*motivation, reminder, gift*), Muhajir Project Store berupaya menjalankan segala strategi promosi dan menciptakan keunggulan produk dengan terus membawa visi-misi tersebut. Maka dari itu, Muhajir Project Store hadir tidak hanya sebagai merek fesyen, tetapi juga menjadikan mereknya sebagai media berdakwah di era global.

6.2 Keterbatasan

Penulis menemukan beberapa keterbatasan dan hambatan ketika menjalankan penelitian. Adapun keterbatasan yang pertama, yaitu keterbatasan dalam data *customer*. Penulis terkendala dalam mendapatkan data *customer*, sehingga berpengaruh terhadap jumlah *customer* yang mampu dan bersedia untuk diwawancarai. Selain itu, kurangnya jumlah *customer* yang diwawancarai juga membuat penulis kurang mendapatkan perspektif yang luas dari para *customer*.

6.3 Saran

Dengan adanya hasil penelitian, analisis, dan simpulan yang telah terbentuk, penulis memberikan saran terhadap beberapa pihak. Adapun saran-saran yang penulis berikan, yakni:

1. Bagi Peneliti

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Penulis berharap, peneliti selanjutnya yang mengkaji topik serupa dapat meneliti dengan mempertimbangkan perspektif yang lebih luas. Peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang berbeda dan topik yang lebih spesifik, sehingga bisa menciptakan penelitian yang lebih variatif.

2. Bagi Pelaku Usaha Fesyen Halal

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi acuan dan motivasi bagi pelaku usaha fesyen halal untuk terus memperluas dan mengembangkan bisnisnya, meskipun berada di tengah persaingan global yang tinggi dan banyaknya representatif budaya atau merek pakaian luar yang masuk sebagai akibat dari globalisasi. Selain itu, pelaku usaha fesyen halal juga dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam era globalisasi ini untuk terus mempromosikan keunggulan produknya, sekaligus memanfaatkan globalisasi sebagai ajang dakwah dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui *brand value* yang dimiliki.

3. Bagi Regulator

Dengan melakukan penelitian ini, penulis menyadari bahwa regulator di Indonesia turut mengadakan berbagai upaya untuk memperluas pasar fesyen halal lokal ke ranah global. Salah satunya adalah upaya yang dilakukan oleh Kemendagri melalui program JMFW dan pembinaan untuk para pelaku usaha fesyen. Penulis berharap, para regulator terus mempertahankan dan mengembangkan program-program seperti itu secara konsisten untuk membantu para pelaku usaha fesyen halal di Indonesia dalam melebarkan bisnisnya ke lingkup global.