

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya mengenai “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Secara *Offline* dan *Online* Dalam Perspektif Ekonomi Syariah” (Studi Kasus di Toko Rumah Jilbab Kudus) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan secara *offline* dan *online* yang diterapkan oleh Toko Rumah Jilbab Kudus di antaranya:

Segmentasi pasar dalam pemasaran *offline* dan *online* yaitu kalangan wanita muslimah, target pasar dalam pemasaran *offline* dan *online* yaitu wanita muslimah mulai dari remaja hingga dewasa, posisi pasar dalam pemasaran *offline* dan *online* yaitu menyediakan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta memberikan potongan harga tujuannya untuk menarik konsumen. Sedangkan strategi yang menyangkut bauran pemasaran 4p dalam pemasaran *offline* dan *online* yaitu strategi produk (*product*) yaitu dengan menyediakan berbagai macam jenis jilbab, menjaga dengan kualitas terbaik, dan memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen, strategi harga (*price*) yaitu dalam penetapan harga sudah dipertimbangkan sesuai dengan kualitas, keadaan pasar, tidak mengambil keuntungan yang berlebihan dan juga memberikan potongan harga kepada konsumennya, strategi tempat (*place*) yaitu konsumen datang langsung ke *store* yang tempatnya berada di jember Kota Kudus dan berada di media sosial tepatnya di instagram, konsumen bisa memesan melalui instagram, strategi promosi (*promotion*) yaitu dapat melihat produk langsung di toko atau melalui *face to face* dan melalui media sosial yaitu instagram, dengan memposting gambar dengan keterangan yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen.

2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan secara *offline* dan *online* juga mempunyai faktor pendukung dan faktor penghambat yaitu:

Faktor pendukung secara *offline* diantaranya modal, produk, pelayanan yang baik, memberikan bonus, faktor penghambat secara *offline* diantaranya tidak cukup modal, pesaing, harga sedangkan faktor pendukung secara *online*

diantaranya produk, tampilan yang menarik dan mudah dipahami, pelayanan yang baik, memberikan bonus, faktor penghambat secara *online* diantaranya kekurangan SDM, pesaing, kurang aktif dalam memposting produk, harga. Dengan adanya faktor pendukung dan penghambat pengusaha dapat mengetahui dimana kekurangannya, sehingga pengusaha bisa memperbaiki lagi atau mencari solusi untuk mengatasi masalah yang menjadi penghambat dalam mendirikan usahanya.

3. Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan secara *offline* dan *online* dalam perspektif ekonomi syariah yaitu:

Yang pertama, prinsip kejujuran dengan melakukan promosi di toko langsung dengan memberikan informasi kepada konsumen secara jujur dan melalui media sosial dengan disertai keterangan-keterangan secara detail. Kedua, prinsip keadilan dengan memberikan pelayanan, harga, ataupun kualitas yang sama tidak membedakan salah satu pihak. Ketiga, prinsip tanggung jawab dengan memberikan kepercayaan kepada konsumen dengan menepati janji dan bertanggung jawab atas produk yang ditawarkan. Keempat, transaksi dengan menggunakan akad assalam dimana transaksi barang dengan menyebutkan cirinya dengan melakukan pembayaran dimuka serta barang akan dikirimkan dikemudian hari sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli.

B. Saran-saran

Berdasarkan serangkaian temuan dalam penelitian ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Rumah Jilbab tetap mempertahankan strategi pemasaran yang telah diterapkan serta tetap memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang terbaik.
2. Selalu melakukan inovasi produk yang mengikuti trend di masyarakat supaya tidak tertinggal dengan kemajuan zaman.
3. Rumah jilbab perlu meningkatkan promosinya dengan cara memposting produk secara teratur, mengiklankan di media sosial ataupun media yang lain supaya produk dapat dikehui oleh masyarakat lebih luas.
4. Rumah Jilbab perlu menambah karyawan untuk meringankan pekerjaan dan meningkatkan suatu jaringan bisnis agar lebih maju lagi kedepannya.