

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Sinar Mebel Jepara dan sudah dijelaskan pada setiap bab, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Strategi yang digunakan oleh Sinar Mebel yaitu dengan menggunakan strategi STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*). Segmentasi yang dilakukan menggunakan segmentasi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Targeting yang dituju yakni orang-orang dari kalangan bawah, menengah hingga atas kemudian konsumen yang ada disekitaran temoat usaha. Positioning yang dilakukan oleh Sinar Mebel yaitu dengan menggunakan positioning menurut harga dan kualitas serta menurut para pesaing. Kemudian strategi lain yang digunakan oleh Sinar Mebel yaitu dengan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Sinar Mebel yaitu *product, price, place* dan *promotion*. Produk yaitu berupa furniture misal kursi, meja, lemari dan lain-lain baik dari bahan kayu, besi/stenlish maupun dari rotan. Harga yang cukup terjangkau dan memiliki berbagai macam harga tergantung bahan dan model yang dipesan. Tempat/saluran distribusi oleh Sinar Mebel mendistribusikan ke warga sekitar dari produksi dan dari luar kota, baik kebutuhan perabot rumah, cafe maupun restoran. Untuk promosi, Sinar Mebel melakukan promosi dari mulut ke mulut, namun strategi tersebut kurang efektif sehingga pemilik berinisiatif untuk melakukan promosi melalui sosial media agar mempermudah konsumen dalam memperkenalkan produknya baik dari lokasi terdekat maupun dari luar kota sekaligus.
2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing penjualan menurut perspektif ekonomi Islam yang dilakukan oleh Sinar Mebel sudah sesuai dengan pemasaran Islam. Sebagian besar konsep pemasaran Islam telah sesuai yaitu dari segi produk selalu bersikap jujur dan mengedepankan kualitas produk. Dari segi harga menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. Kemudian dari tempat/saluran distribusi yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau oleh para konsumen, dan dari segi promosi selalu menekankan pada etika dalam bisnis, tidak melakukan curang, tidak menjual produk yang diharamkan oleh agama, dan tidak pernah memaksa konsumen

untuk membeli produknya, tidak menjelekkkan bisnis orang lain dalam mempromosikan produknya.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, diperoleh pemahaman bahwa setiap usaha perlu menerapkan strategi yang sesuai untuk mencapai kesuksesan. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar mempertimbangkan gambaran sebagai acuan dalam meningkatkan penelitian berikutnya yang berkaitan dengan topik serupa. Dengan demikian, penulis merekomendasikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha mebel, maka perlu adanya perkembangan strategi pemasaran yang tepat dan meningkatkan daya saing demi keberhasilan usahanya dengan menciptakan inovasi-inovasi baru karena mengingat semakin peminat usaha mebel yang menjadi pesaing di pasaran.
2. Bagi mahasiswa yang mulai melakukan usaha perlu adanya pengetahuan dan pemahaman agar kedepannya memiliki ilmu dalam berbisnis dan berhasil dalam bisnisnya .
3. Untuk peneliti yang akan datang, diinginkan agar penelitian ini dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya dengan mengambil objek dan sudut pandang yang berbeda, sehingga dapat memberikan kontribusi tambahan pada pengetahuan.