

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis strategi *marketing syariah* dalam meningkatkan volume penjualan (studi kasus pada pesona ban prinsip syariah di Golantepus), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan Pesona Ban prinsip syariah meliputi:
  - a. Segmentasi produk Pesona Ban yaitu:
    - 1) Segmentasi berdasarkan geografis atau wilayah lebih memfokuskan di daerah Golantepus dekat jalan raya pantura Pati-kudus, karena ramai dengan pengguna kendaraan atau lebih dekat dengan konsumen.
    - 2) Segmentasi berdasarkan demografis, Pesona Ban membidik semua variabel seperti kelompok umur, jenis kelamin, pendapatan. Mulai dari remaja, dewasa, bapak-bapak, ibu-ibu, laki-laki dan perempuan pengguna mobil.
    - 3) Segmentasi berdasarkan psikografis, membidik semua kalangan baik kalangan menengah atas maupun kalangan menengah ke bawah karena harganya yang terjangkau jadi bisa dijangkau untuk semua lapisan masyarakat.
  - b. *Targetting*, yang menjadi target dari Pesona Ban yaitu instansi-instansi pemerintah dan swasta.
  - c. *Positioning* produk Pesona Ban yaitu memposisikan usahanya berbeda dengan yang lain yaitu menjadikan usaha ini berprinsip syariah.

Terkait bauran pemasaran yang dilakukan Pesona Ban prinsip syariah, yaitu:

- a. Macam-macam produk yang dijual oleh Pesona Ban yaitu berbagai macam merk ban seperti: Dunlop, Bridgestone, Achilles, GT, Hankok, Vorcium, Gajah Tunggal dan Velg Racing dengan berbagai macam

- ukuran ring. Selain itu Pesona Ban juga melayani pompa angin dan Nitrogen serta ban seken tanpa dipoles sedikitpun, jadi apa adanya.
- b. Dalam menetapkan harga jual produk Pesona Ban memperhatikan dari segi jenis, merk dan kualitas dari produk yang dijual. Untuk harga yang paling mahal yaitu harga ban truck dengan merk Brigestone dengan ring 17 seharga Rp. 1.300.000,00. Pesona Ban juga melakukan keterbukaan kepada pelanggannya dengan memberitahu harga beli produknya, nanti terserah pelanggannya mau memberi keuntungan berapa kepada Pesona Ban.
  - c. Saluran distribusi yang digunakan oleh Pesona Ban yaitu saluran langsung, di mana pelanggan bertransaksi langsung dengan Pesona Ban. Aspek lain dari distribusi adalah lokasi, Pesona Ban menyediakan lokasi yang bersih dan nyaman serta luas. Islam sendiri memandang kebersihan itu sebagian daripada iman.
  - d. Strategi promosi yang digunakan Pesona Ban dalam memasarkan produknya yaitu dengan melalui media cetak seperti koran jawa pos radar Kudus, memasang banner, pamflet, dan promosi melalui mulut ke mulut. Iklan yang dibuat oleh Pesona Ban berisi kebenaran dari usaha otomotif dan tidak ada yang dilebih-lebihkan,
2. Volume Penjualan yang ada di Pesona Ban Prinsip Syariah belum mencapai tujuan yang diinginkan, karena masih ada yang di bawah rata-rata. Hal ini, dikarenakan Pesona Ban masih mengalami hambatan dalam memasarkan produk-produknya kepada konsumen, di antaranya hambatan-hambatan tersebut yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat akan prinsip syariah yang ada di Pesona Ban dan hambatan yang berasal dari Pesona Ban prinsip syariah sendiri yaitu kurangnya kinerja karyawan untuk memasarkan produk-produknya, kurangnya promosi kepada masyarakat sekitar. Setelah melakukan promosi seharusnya marketing melakukan pengukuran hasil promosi, agar marketing mengetahui antara konsumen yang tertarik pada promosinya dengan konsumen yang tidak

tertarik pada promosinya. Pengukuran hasil promosi bisa dilakukan oleh marketing dengan cara sebagai berikut : apakah mereka mengenali/ingat akan pesan?, berapa kali mereka melihatnya?, point apa yang mereka ingat?, dan bagaimana perasaan mereka tentang pesan?

### 3. Analisis SWOT

Berdasarkan analisis SWOT usaha Pesona Ban prinsip syariah didapatkan bahwa Pesona Ban berada di posisi yang baik yaitu *agressive/berkembang* (strategi SO). Maka prioritas strategi untuk meningkatkan volume penjualan yaitu dengan cara:

- a. Mempertahankan harga produk yang kompetitif
- b. Meningkatkan kualitas produk dan menambah model pilihan produk yang lebih variatif
- c. Menggunakan teknologi modern untuk mempromosikan produknya
- d. Mempertahankan dan meningkatkan prinsip syariah yang diterapkan pada Pesona Ban.

### B. Saran

1. Bagi pengusaha otomotif diharapkan dapat mempertahankan usaha berbasis syariah karena ini merupakan terobosan baru usaha dengan mengusung prinsip syariah dan kualitas produknya serta mengikuti trend sehingga tidak kalah saing dalam pemasaran.
2. Menyikapi era globalisasi dan seiring dengan perubahan itu sendiri, perlu adanya terobosan dalam pemasaran usaha di bidang otomotif. Antara lain dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam rangka pemasaran yaitu dengan memanfaatkan media internet sebagai media promosi yang tak hanya memanfaatkan tapi juga aktif mengelolanya supaya lebih dikenal oleh masyarakat serta dapat meningkatkan jumlah penjualan.

### C. Penutup

*Alhamdulillahirobbil 'alamin*, segala puji bagi Allah SWTs yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah ke zaman Islamiyah.

Penulis sadar, masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, meskipun sudah penulis usahakan semaksimal mungkin untuk lebih sempurna, hal ini disebabkan keterbatasan dan masih minimnya pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan guna kesempurnaan yang nantinya akan lebih membawa manfaat di masa mendatang.

Akhirnya sebagai penutup penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan serta penulis berdo'a semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi semua pihak yang membutuhkannya. *Amin ya Rabbal 'alamin.....*