

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Pada Gerai Gadget Ad Cell Kudus Ditinjau Dari Perspektif Syariah”, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil yang telah didapatkan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan pada gerai gadget dan accessories AD Cell desa Jepang Mejobo Kudus adalah dengan melihat strategi produk, harga, promosi, dan lokasi. Dalam melakukan strategi *product* pihak AD Cell menjual produk-produk yang dijual dengan kualitas yang baik, harga terjangkau namun tetap memiliki kualitas yang bagus.

Dari strategi harga AD Cell memberikan harga yang lebih terjangkau dibanding dengan gerai gadget lainnya, dalam penentuan harga AD Cell memperhitungkan biaya produksi (modal) yang dikeluarkan, dengan hasil pembelian dari distributor hal itu dilakukan agar memperoleh laba atau keuntungan.

Dari strategi promosi melakukan promosi dengan cara iklan kerjasama dengan radio, hal itu bertujuan agar dengan mudah diketahui oleh masyarakat luas dan juga adanya promo-promo seperti promo periodik yang mana diadakan pada akhir tahun, saat pembagian THR dll, selanjutnya ada promo berkelanjutan yang mana pada pelaksanaan promo berkelanjutan ini berupa pembagian kupon berhadiah.

kemudian yang terakhir strategi lokasi, menempatkan gerainya tidak jauh dari pemukiman masyarakat dan pengguna jalan raya.

2. *Syariah marketing* pada gerai gadget dan *accessories* AD Cell Jepang Mejobo Kudus, yaitu dari segi produk yang dijual halal dan thoyyiban

(baik) tidak menjual barang-barang yang dilarang oleh agama (babi, khamr, minuman memabukan, *black market*),

Dari strategi harga menggunakan akad sukarela, artinya tidak ada unsur paksaan di dalamnya dan dalam penentuan harga, pemilik toko tidak menggunakan harga yang tinggi namun sesuai dengan target pasarnya. Dan tidak melakukan perang harga dengan niat menjatuhkan pesaing

Dari strategi promosi yang dilakukan yaitu dengan tidak melakukan sumpah palsu untuk menarik konsumen agar konsumen tertarik membeli dan tidak melakukan penipuan saat melakukan promosi, ataupun menjelek-jelekan pesaing. Dari penerapan yang diterapkan pada karyawannya yaitu harus bersikap jujur, ramah tamah dan amanah terhadap konsumen, dan sabar ketika melayani serta sopan santun, prinsip itulah yang menjadi dasar pelayanan di AD Cell.

Dari strategi lokasi menyediakan tempat yang tidak jauh dari pemukiman penduduk sekitar, dan pendirian gerai tidak berada pada tempat persengketaan.

3. Respon positif konsumen terhadap penerapan strategi syariah pada gerai AD Cell kini juga sangat bagus, hal itu terlihat saat manajemen AD Cell menjadikan sifat jujur dan amanah dalam pelayanan terhadap konsumen. Hal itu berdampak positif karena loyalitas pelanggan bertambah serta konsumen semakin meningkat.

Disamping itu juga berdampak positif pada kenaikan penjualan produk sebesar 15% per tahun untuk seluruh produk yang di jual di AD Cell kenaikan omset tiap tahunnya.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian mengenai analisis strategi pemasaran bisnis ritel di gerai gadget dan accessories AD Cell Kudus ditinjau dari perspektif syariah memiliki keterbatasan. Keterbatasan penelitian ini yaitu:

1. Keterbatasan waktu peneliti, sehingga mengakibatkan penelitian ini kurang dalam hal kualitas dan kuantitas
2. Dalam melakukan analisis strategi pemasaran syariah bisnis ritel, peneliti hanya fokus pada penelitian strategi pemasaran syariahnya saja namun belum mencakup manajemen strategi dan sumber daya manusianya.

C. Saran

Dari penelitian yang dilakukan oleh gerai gadget dan accessories AD Cell Kudus, agar dapat terus berkembang dan untuk peningkatan pendapatan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Pada penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh AD Cell, hendaknya melakukan proses-proses pemasaran terlebih dahulu dengan melihat peluang (kesempatan) pasar, ancaman-ancaman pendatang ancaman pesaing atau kompetitor, kemudian dari strategi yang dilakukan masih kurang maksimal dari strategi produk hendaknya memberikan pasokan produk-produk yang lebih banyak lagi, Dari strategi promosi agar lebih efektif dan efisien alangkah baiknya juga menggunakan *market place* untuk menunjang penjualan agar lebih meroket lagi
2. Dari *syariah marketingnya* hendaknya selalu memperbaiki kualitas SDMnya agar SDM dapat menyumbangkan ide-ide kreatifnya demi kemajuan AD Cell itu sendiri, serta ada hari dimana karyawannya diharuskan untuk mengaji dan mengkaji bersama disamping itu juga saling *sharing* apa saja kekurangan dan kelebihan masing-masing karyawan sehingga bias memperbaiki SDM lebih tepat guna dalam pelayanannya, dengan menutup *tool* sementara waktu saat proses mengaji

dan mengkaji tersebut. Kemudian harapkan agar terus berbuat baik terhadap sesama serta dapat menumbuhkan sifat toleran antar sesama makhluk Allah.

D. Penutup

Alhamdullillahirabbil'alamin, penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufiq serta hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sebagaimana kata pepatah “tiada gading yang tak retak”. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan yang ada pada penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik yang konstruktif selalu penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirul kalam, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca yang mengkajinya. Terimakasih.