

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang studi komparasi strategi pemasaran antara *Nazila Collection* dan *Madani Collection* dapat disimpulkan sebagai berikut :

##### 1. Strategi pemasaran *Nazila Collection*

*Nazila Collection* menggunakan strategi pemasaran terkonsentrasi, yaitu pemasaran yang segmen pasarnya khusus pakaian dewasa wanita. Selain itu *Nazila Collection* juga menggunakan bauran pemasaran, seperti pada pemilihan produk dengan kualitas standar, harga produk menengah kebawah, promosi melalui media sosial dan promosi langsung dengan pedagang eceran sedangkan distribusinya menggunakan satu saluran distribusi.

Pemasaran terkonsentrasi tetap dipertahankan *Nazila collection* karena memberikan ciri khas tersendiri pada konsumen maupun pedagang yang mengambil barang dagangannya untuk dijual lagi dan pembayarannya boleh berjangka.

##### 2. Strategi pemasaran *Madani Collection*

*Madani Collection* menggunakan strategi pemasaran terkonsentrasi, yaitu pemasaran yang segmen pasar khusus pakaian dewasa wanita, namun seiring berjalannya waktu berubah menjadi strategi pemasaran yang tidak membedakan. Selain itu *Madani Collection* juga menggunakan bauran pemasaran seperti pada pemilihan produk dengan kualitas standar, harga produk menengah kebawah, menggunakan promosi langsung pada acara PKK di masyarakat sekitar, dan melalui media sosial adapun distribusinya menggunakan dua saluran distribusi.

Pemasaran yang tidak membedakan dipergunakan *Madani collection* karena konsumen dapat memilih banyak produk, misalnya

pakaian wanita, pria atau laki-laki, anak-anak serta terdapat seprai dan selimut.

3. Persamaan dan perbedaan strategi pemasaran *Nazila Collection* dan *Madani Collection*

a. Persamaan

- 1) Produk yang dijual kualitas standar.
- 2) Harga menengah kebawah karena target pasarnya adalah kalangan ekonomi menengah ke bawah
- 3) Sama-sama menggunakan bauran promosi
- 4) Sama-sama menggunakan bauran distribusi.

b. Perbedaan

- 1) *Nazila Collection* menggunakan strategi pemasaran terkonsentrasi sehingga mempunyai ciri khas, produk yang ditawarkan berupa pakaian wanita dewasa, sedangkan *Madani Collection* menggunakan strategi pemasaran tidak membeda-bedakan pasar, sehingga memiliki kelebihan banyak jenis produk.
- 2) Produk yang dipasarkan oleh *Nazila Collection* adalah pakaian dewasa wanita sedangkan produk *Madani Collection* adalah pakaian wanita, anak-anak, pakaian Laki-laki serta seprai dan selimut.
- 3) Perbedaannya juga terletak pada Bauran distribusi, bauran yang digunakan *Nazila Collection* adalah dengan menggunakan satu saluran sedangkan *Madani Collection* menggunakan dua saluran, distribusi yang dilakukan *Nazila Collection*

## B. Saran

Setelah selesai menyusun skripsi ini, peneliti dapat mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk pengambilan keputusan yang sesuai, diharapkan pengusaha mengikuti pelatihan-pelatihan tentang kewirausahaan sehingga dapat menambah referensi dalam mengambil keputusan.

2. Pengusaha dapat memperluas jaringan dengan membuka akun media sosial khusus untuk mempromosikan produknya atau membuat website resmi untuk usahanya.

### C. Penutup

Dengan memanjatkan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufiq, hidayah serta inayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa penelitian dan pembahasannya masih jauh dari kesempurnaan yang dikarenakan keterbatasan kemampuan peneliti. Untuk itu peneliti senantiasa mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

