

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari hasil wawancara dengan informan dan hasil kuesioner dengan responden berkaitan dengan analisis SWOT *islamic marketing strategy* dalam upaya peningkatan daya tarik konsumen (studi kasus *home industry* Pixel Snack di Jawa Tengah) , maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsep *Islamic marketing strategy* yang diciptakan oleh Pixel Snack adalah penerapan etika bisnis Islam, STP, dan *marketing mix*.
 - a. Etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Pixel Snack yaitu menjunjung tinggi nilai kejujuran, dapat mengemban amanah pelanggan, bersikap toleransi kepada siapapun, dan selalu bersyukur atas nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT.
 - b. Segmentasi pada Pixel Snack adalah seluruh Indonesia, membidik semua variabel seperti jenis kelamin, kelompok umur, pendapatan, dan ras. *Targetting*, yang menjadi tarjet Pixel Snack adalah seluruh pengguna media sosial Instagram dan WhatsApp. Sedangkan *Positioning*, Pixel Snack memposisikan usahanya berbeda dengan perusahaan lain yaitu dengan menerapkan usaha berbasis syariah.
 - c. Bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam Pixel Snack yaitu:
 - 1) Produk yang ditawarkan oleh Pixel Snack adalah makanan ringan berbahan ikan wader dengan memiliki tujuh varian rasa yang diberi nama “Waderpixel”
 - 2) Dalam menetapkan harga jual produk, Pixel Snack menetapkan harga yang dapat dijangkau semua kalangan masyarakat.
 - 3) Saluran distribusi yang digunakan yaitu secara langsung kepada konsumen, dan secara tidak langsung melalui keagenan di wilayah kota masing-masing.
 - 4) Promosi yang digunakan oleh Pixel Snack adalah melakukan *posting* penjualan di media sosial instagram, dan menggunakan jasa endorse tokoh publik.
2. Berdasarkan analisis matriks IFAS bahwa skor kekuatan dan kelemahan Pixel Snack sebesar 3.52 yang artinya kekuatan yang dimiliki perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain berada pada posisi tinggi. Sedangkan matriks EFAS skor

peluang dan ancaman perusahaan sebesar 3.36 yang artinya peluang yang dimiliki perusahaan tinggi.

3. Berdasarkan analisis SWOT *Islamic marketing strategy* dalam upaya peningkatan daya tarik konsumen yakni:

Daya tarik pada Pixel Snack ada pada keunggulan produk yang dimiliki perusahaan, seperti penggunaan kemasan berwarna-warni, menggunakan simbol atau kata pengingat “*urip mung mampir ngombe lan mangan wader*”, serta melakukan promosi melalui jasa *endorse*.

4. Differensiasi Pixel Snack dengan perusahaan lain yaitu differensiasi pada produk dengan memiliki kualitas yang bagus, differensiasi servis menggunakan ekspedisi yang cepat, differensiasi personil memiliki keagenan di berbagai kota di Jawa Tengah, memiliki keunggulan dalam bersaing, serta perusahaan menerapkan prinsip syariah dalam proses pemasarannya.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun sudah diupayakan dengan semaksimal mungkin, namun kenyataannya penelitian ini masih banyak keterbatasan dalam penelitian, meliputi:

1. Walaupun dalam penelitian ini berdasarkan dengan fakta yang diteliti akan tetapi dalam memberikan analisis bersifat subyektif yang dilatar belakangi pola pikir peneliti.
2. Obyek penelitian yang tergolong masih kecil, artinya luas penelitian yang masih kurang.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya meliputi:

1. Ruang lingkup penelitian ini terbatas, hanya berfokus pada daya strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pixel Snack, sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas objek penelitian guna memperkuat generalisasi hasil penelitian.
2. Dalam penelitian ini hanya membahas fenomena yang berkaitan dengan bagaimana konsep *islamic marketing strategy*, dan analisis SWOT dalam upaya peningkatan daya tarik pada Pixel Snack. Paahal masih banyak faktor lain yang bisa dijadikan bahan penelitian yang bisa mempengaruhi peningkatan daya tarik Pixel Snack. Oleh karena itu, disarankan

bagi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan penelitiannya dengan membahas permasalahan yang lebih menarik, serta menambahkan teori-teori baru yang lebih menarik.

3. Informan yang digunakan dalam penelitian ini hanya dua orang yang terdiri dari pemilik Pixel Snack dan admin Pixel Snack. Sedangkan responden yang digunakan dalam penelitian ini hanya delapan responden yang terdiri dari keagenan di Jawa Tengah. Oleh karena itu, diharapkan untuk peneliti selanjutnya menambah jumlah informan dan responden supaya hasil analisis lebih maksimal.

D. Penutup

Alhamdulillahirobbal 'alamin atas segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari jaman jahiliyah menuju jaman Islamiyah.

Penulis sadar, masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, meskipun penulis sudah berusaha 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 dimasa yang akan datang.

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