REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian tentang "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis." (Studi Kasus: Toko Nibras House Winong) sebagai berikut ini:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Nibras House yaitu memakai strategi bauran pemasaran yang memuat beberapa poin: *Pertama,* produk yang berkualitas bagus menjadi salah satu nilai yang dimilki produk dan terjamin nyaman. *Kedua*, harga yang kompetitif sesuai dengan kualitas produk. *Ketiga,* tempat produksi yang kurang strategis namun memiliki tempat yang bersih, nyaman, dan rapi. Dan yang *keempat*, promosi yang dimaksimalkan perusahaan melalui berbagai sosial media.
2. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran Toko Nibras House Winong belum mampu bersaing dengan kompetotor lainnya yaitu karena dipengaruhi oleh faktor lingkungan internal dan eksternal. Dimana faktor internal sendiri meliputi kekuatan yang dimiliki perusahaan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan faktor eksternal meliputi peluang perusahaan dan ancaman bagi perusahaan. Faktor kuat yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran Toko Nibras House Winong belum mampu bisa bersaing dengan kompetitor lainnya yaitu disebabkan karena kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran dari pihak owner, banyaknya usaha toko yang menjual pakaian muslim yang semakin banyak, dan strategi pemasaran yang mudah ditiru oleh pesaing lainnya.
3. Dalam menghadapi persaingan bisnis untuk mendapatkan pangsa pasar, perusahaan memaksimalkan strategi bauran pemasaran syariah dan menganut karakteristik pemasaran dalam Islam yang dipadukan dengan pelayanan yang bersifat kekeluargaan dan selalu menerapkan kejujuran. Hal inilah yang menjadi dasar konsumen membeli produk yang ada diperusahaan.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

B. Saran

Berdasarkan dari hasil analisis dan kesimpulan, maka peneliti mencoba memberikan saran agar nantinya saran tersebut dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan masukan, yaitu meliputi:

1. Strategi promosi yang dilakukan Toko Nibras House Winong alangkah baiknya ditambahkan dengan mengaktifkan aplikasi shopee maupun lazada. Karena di shopee dan lazada konsumen bisa melihat berbagai produk secara detail dan akan lebih mudah untuk konsumen jika ingin membeli produk. Zaman sekarang banyak dari kalangan anak muda maupun orang tua yang bermain aplikasi shopee dan lazada, dengan adanya shopee dan lazada dapat membantu dan memperkenalkan lebih luas tentang produk yang ditawarkan.
2. Strategi pemasaran syariah yang dilakukan Toko Nibras House perlu ditularkan atau dibudayakan kepada kalangan anak muda yang pengangguran atau yang mau merintis usahanya dengan cara memberikan pelatihan tekhnikal lalu melihat perkembangannya. Hal ini dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar maupun perekonomian negara.

REPOSITORI IAIN KUDUS