

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi pengembangan bauran pemasaran dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim di Akahijab Jepun Tulungagung, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan bauran pemasaran yang diterapkan oleh Akahijab Tulungagung dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim antara lain sebagai berikut:
 - a. Produk: strategi pengembangan bauran pemasaran yang diterapkan Akahijab dengan selalu memodifikasi produk yang sudah ada maupun membuat produk baru agar dapat memuaskan keinginan para pelanggan. Dalam segi kualitas dengan memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik demi kenyamanan dan kesenangan pelanggan Akahijab Tulungagung.
 - b. Harga: strategi harga yang diterapkan lebih miring dengan para pesaing. Meskipun harganya miring kualitasnya tidak diragukan lagi. Harga produk yang dijual juga sesuai dengan kualitas barang yang dihasilkan. Akahijab menetapkan harga mulai dari 75.000- 170.000.
 - c. Tempat : Target pasar di Akahijab sendiri para remaja, pelajar, mahasiswa di Kabupaten Tulungagung dan luar kota. Akahijab sendiri bertempat di

- d. dekat perempatan Jepun Tulungagung yang dipilih dekat dengan pusat kota dan perumahan, perkantoran, dan masyarakat. Dengan pemilihan tempat yang berada di Jepun Tulungagung banyak konsumen maupun distributor yang datang ke lokasi untuk mengambil barang pesanannya.
 - e. Promosi: strategi promosi yang dilakukan dengan periklanan (*advertising*) dengan menggunakan media seperti, youtube, facebook, whatsapp, instragam, dan website.
2. Faktor penghambat dan pendukung strategi pengembangan bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk yang dilakukan oleh Akahijab Tulungagung.
- a. Produk: adapun hambatan yang dialami Akahijab dalam strategi inovasi produknya adalah pada saat kekurangan ide dalam mengembangkan produk yang akan dibuatnya mengalami kesalahan dan model kurang diminati oleh konsumen. Untuk mengatasi persaingan tersebut dengan menurunkan harga jual dan mengadakan promo. Hal tersebut merupakan faktor pendukung agar proses penjualan terus berjalan. Susahnya pencarian bahan yang tidak sesuai dengan keinginan. yaitu pemilihan bahan dan kain. Untuk mengatasi hambatan tersebut dengan memilih kain dengan kualitas yang baik atau menengah. Sehingga orang yang memakai baju produksi di Akahijab akan merasa nyaman sehingga akan senang berbelanja di Akahijab.

- b. Harga: adapun hambatan yang dialami Akahijab dalam menentukan harga ketika ada produk yang sama dan harganya lebih murah terkadang konsumen akan beralih untuk membeli produk yang harganya lebih murah. Hambatan tersebut sangat merugikan. Tetapi saya selalu menyakinkan konsumen saya bahwa harga sesuai dengan kualitas yang diberikan. Untuk mengatasi hambatan tersebut Akahijab akan menurunkan harga produk yang dipasarkan. Karena prinsip dari Akahijab sendiri tidak apa-apa untung dikit yang penting produknya laku semua. Selain itu dalam produk ini tidak menjual dengan harga mahal karena agar produk bisa dibeli oleh semua kalangan
- c. Tempat : adapun hambatan yang dialami Akahijab dalam strategi tempat adalah ketika barang yang diproduksi semakin banyak dan luas toko yang kurang memadai serta masih sedikit masyarakat yang mengetahui lokasi Akahijab. Untuk mengatasi hambatan tersebut Akahijab berencana memperluas lokasi penjualan dan terus menggalakkan penjualan secara online.
- d. Promosi: adapun hambatan yang dialami Akahijab dalam melakukan strategi promosi adalah ketika broadcast produk tidak sampai ke konsumen dan terjadi problem pada saat promosi. Untuk mengatasi hambatan tersebut Akahijab mengadakan evaluasi dan pembenahan problem yang terjadi pada

saat broadcast. Hal ini dilakukan untuk mendukung strategi promosi agar dapat berjalan dengan baik dan diterima oleh masyarakat.

B. SARAN

1. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan atau bisa dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi tentang strategi pengembangan bauran pemasaran dalam mengatasi persaingan usaha.

2. Bagi Akahijab

Dari hasil penelitian ini diharapkan Akahijab dapat terus meningkatkan penjualannya dalam manajemen strategi pengembangan bauran pemasaran dan menjaga kualitas produk agar tetap diterima oleh masyarakat.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa lebih mengembangkan tentang strategi pengembangan bauran pemasaran dalam mengatasi persaingan. Dapat dijadikan bahan referensi maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah peneliti tulis.