BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Strategi pengembangan bauran pemasaran yang diterapkan oleh Mayza griya busana Boyolangu Tulungagung dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim antara lain sebagai berikut :
   a. Produk : strategi pengembangan bauran pemasaran yang diterapkan Mayza griya busana yaitu dengan memberikan inovasi pada produk yang ditawarkan dengan selalu mengedepankan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dalam segi kualitas produk Mayza griya busana lebih mengutamakan bahan yang digunakan serta jahitan rapi pada produknya. Sedangkan dari segi kualitas pelayanan, Mayza griya busana memberikan pelayanan yang ramah dan baik, agar tercipta rasa nyaman dan senang para pelanggannya saat berkunjung dan berbelanja.
   b. Harga : strategi harga yang diterapkan yaitu memberikan potongan harga atau diskon kepada semua pelanggannya, baik *reseller* dan agen. Mayza griya busana adalah salah satu distributor bukan produsen, jadi harga ditentukan langsung oleh produsen, kisaran

harga mulai dari Rp. 135.000 sampai dengan Rp. 669.000. Dari harga yang ditentukan, Mayza griya busana menjamin kualitas yang diberikan atau ditawarkan produk tersebut selalu sepadan dengan harganya. Potongan harga atau diskon yang diberikan yaitu 10% - 15% untuk konsumen *retail* atau ecer, dan 20% - 30% untuk *reseller* dan agen.

c. Tempat : target pasar Mayza griya busana adalah para anak-anak, remaja, wanita muslimah, serta laki-laki muslim Tulungagung dan luar Tulungagung. Mayza griya busana bertempat di kecamatan Boyolangu tepatnya di utara SMPN 1 Boyolangu. Tempatnya memang cukup jauh dari pusat kota, namun cukup strategis dan mudah dijangkau oleh para pelanggannya karena berada di pinggir jalan utama.

d. Promosi : strategi promosi yang dilakukan yaitu melalui beberapa media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *whatsapp*. Promosi yang dilakukan menggunakan teknik *copywriting*, teknik ini digunakan agar para konsumen tidak cepat bosan saat melihat dan atau membaca postingan yang disajikan.

2. Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Usaha Mayza Griya Busana dalam Mengatasi Persaingan Busana Muslim Perspektif Ekonomi Islam

a. Produk : dalam memberikan informasi terkait kualitas produk yang ditawarkan, Mayza griya busana selalu berkata jujur sesuai dengan

prinsip ekonomi Islam. Selain harus jujur dari kualitas produk, Mayza griya busana juga memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sopan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan konsumen, agar konsumen dan penjual memiliki rasa suka sama suka dan sama-sama ridha dengan produk yang ditawarkan, serta agar hasil dari penjualan produk bisa membawa keberkahan untuk semuanya.

b. Harga : untuk strategi harga dalam perspektif Islam, Mayza griya busana menerapkan prinsip keadilan. Maksudnya, dalam memberikan diskon atau potongan harga serta penetapan harga kepada konsumen tidak melihat strata sosial, jadi harga disamaratakan tergantung konsumen ecer atau agen dan *reseller*. Sebelum penetapan harga atau pemberian diskon, Mayza griya busana juga memperhitungkan biaya operasional yang dikeluarkan yaitu salah satunya adalah biaya kirim dari pusat, ini dilakukan agar tidak terjadi kerugian.

c. Tempat : untuk strategi tempat dalam perspektif Islam harus bebas dari perbuatan maksiat. Mayza griya busana menerapkan ini agar usaha yang dijalankan bisa berjalan dengan lancar dan barokah.

d. Promosi : strategi promosi yang diterapkan Mayza griya busana perspektif ekonomi Islam yaitu mengenalkan atau menjelaskan produk yang ditawarkan dengan berkata jujur. Memberikan informasi secara detail dan jujur terkait produk yang ditawarkan

adalah ibadah, jika pembeli tidak membeli maka tidak masalah, yang terpenting sudah memberikan iklan atau informasi yang jelas dan jujur.

3. Kendala dan Solusi Mayza Griya Busana Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Busana Muslim
   a. Produk : adapun kendala yang dihadapi Mayza griya busana dalam strategi produk yaitu adanya beberapa produk yang cacat atau kualitasnya kurang baik, penyebabnya adalah kurangnya ketelitian produsen khususnya dibagian *quality control* dalam pengecekan barang. Untuk mengatasi kendala tersebut Mayza griya busana memberikan diskon besar pada produk dengan kualitas yang kurang baik, memang strategi ini dapat mengurangi tingkat perolehan laba, namun menjaga kepercayaan konsumen lebih susah daripada mencari laba besar. Selain itu, kendala kedua yang dihadapi yaitu adanya stok macet atau stok mati. Hal ini disebabkan adanya penumpukan stok untuk beberapa bulan. Penumpukan stok yang berlebih dapat menyebabkan tidak sehatnya *cashflow*. Sehingga agar *cashflow* tetap sehat dan barang cepat keluar, Mayza griya busana untuk mengatasinya yaitu dengan memberikan promo diskon untuk jangka waktu tertentu, agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.
   b. Harga : adapun kendala yang dialami oleh Mayza griya busana dalam menentukan harga yaitu adanya permintaan tambahan

diskon oleh beberapa pelanggan. Hal tersebut akan berpengaruh pada tingkat perolehan laba, karena sebelumnya Mayza griya busana saat memberikan diskon atau penetapan harga kepada pelanggannya, mereka sudah memperhitungkan biaya operasional yang dikeluarkan. Jadi apabila harga yang sudah ditetapkan tersebut masih dinego lagi oleh pelanggan, maka perolehan laba akan semakin menurun. Oleh karena itu, untuk mengatasinya Mayza griya busana selalu berusaha memberikan pengertian kepada semua pelanggannya bahwa kualitas produk yang diberikan akan sepadan dengan harga yang ditentukan, selain itu memberikan informasi yang jelas dan detail tentang produk yang ditawarkan juga dapat menyadarkan para pelanggannya agar tidak meminta tambahan diskon lagi.

c. Tempat : adapun kendala yang dihadapi oleh Mayza griya busana dalam strategi tempat yaitu jarak toko yang cukup jauh dari pusat kota, sehingga beberapa konsumen enggan untuk datang ke toko. Untuk mengatasi kendala tersebut yaitu dengan memberikan promo gratis biaya kirim menggunakan beberapa ekspedisi yang tersedia dengan sistem penjualan *online*. Cara ini cukup efektif untuk menarik minat dan simpati para konsumen agar tetap bisa berbelanja di Mayza griya busana tanpa harus jauh-jauh pergi ke toko.

d. Promosi : adapun kendala yang dialami oleh Mayza griya busana dalam melakukan strategi promosi adalah kurang memahami algoritma *instagram* untuk iklan dan kurangnya ide, inovasi, dan kreativitas untuk membuat postingan menggunakan teknik *copywriting*. Agar penjualan dan promosi tetap bisa berjalan lancar, maka untuk mengatasinya yaitu dengan berusaha mempelajari dan memahami secara detail dan jelas terkait algoritma *instagram*, kemudian mencari bahan-bahan yang dapat dijadikan materi saat menggunakan teknik *copywriting* dari berbagai sumber yang inovatif dan kreatif agar postingan bisa tetap diterima oleh para calon konsumen dan pelanggannya.

B. Saran

1. Bagi Akademik

   Dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan serta pengetahuan yang dapat dijadikan bahan referensi dan informasi tentang strategi pengembangan bauran pemasaran dalam mengatasi persaingan usaha.

2. Bagi Mayza griya busana

   Dari hasil penelitian ini diharapkan Mayza griya busana dapat terus mengembangkan usaha dan meningkatkan penjualannya dalam manajemen strategi pengembangan bauran pemasaran serta dapat terus menjaga kualitas produk agar tetap diterima oleh semua 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.