

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari penelitian yang sudah dilakukan, baik melalui observasi, dokumentasi serta melakukan serangkaian dan dilanjutkan dengan proses analisis sedemikian rupa akhirnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perencanaan yang dilakukan dalam memasarkan produk dengan sistem online dengan melakukan postingan disemua sosial media dari facebook, instagram, dan sosial media lainnya dengan menuliskan segala spesifikasi yang ada serta harga dan jatuh tempo kedatangan barang. Perencanaan yang dilakukan dengan pemasaran offline dengan membuka toko lalu memberi label disetiap baju yang sudah ditata rapi toko, setelah itu perencanaan dalam segi pelayanan harus ramah dan sesuai dengan keinginan pelanggan.
2. Implementasi dalam mencapai perencanaan yang semaksimal mungkin menjadikan karyawan harus selalu berhati-hati dalam mengimplementasikan pemasaran *offline* maupun *online*, dengan selalu menancapkan rasa tanggung jawabnya sebagai karyawan menjadikan pengimplementasian dari sebuah perencanaan semakin maksimal.
3. Pengawasan yang dilakukan pemimpin terhadap karyawannya dalam memasarkan produk dan meminimalisir kegagalan dan biaya yang akan terjadi akan mendisplinkan karyawan yang ada, sehingga pengawasan ini akan selalu ada disetiap hari kegiatan yang akan dilakukanya.

4. Tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran dengan menggunakan sistem *online* dan sistem *offline* pada toko granada ini sudah sesuai dengan ekonomi Islam yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Bisa dilihat dengan beberapa sosial media yang telah dipakai untuk mencari konsumen atau memberi informasi kepada konsumen dengan menyertakan spesifikasi yang jelas dan sesuai dengan keadaan barangnya. Dan alhamdulillah sampai sekarang toko granada tidak pernah mendapatkan komentar apapun mengenai foto dan spesifikasi serta produk yang sudah ditangan konsumen, malah konsumen mengatakan sangat bagus dan sesuai dengan gambar, karena memang narasumber yang peneliti wawancarai kebanyakan sudah menjadi pelanggan dari toko granada sehingga memahami kekurangan apa yang berada di toko granada dan memahami spesifikasi warna yang bakal berbeda sedikit 1-20% warna akan terlihat berbeda karena efek pencahayaan. Jadi sebenarnya bisa disimpulkan, ketika seorang konsumen merasa faham akan realita foto dengan barang akan sedikit berkurang atau berlebihan itu akan ada rasa puas tersendiri. Sedangkan dalam strategi pemasaran dengan sistem *offline* yang dijalankan toko granada telah cukup baik sekali, karyawan sangat mengutamakan keinginan konsumen, bisa dilihat ketika konsumen merasa kurang cocok dengan pakaian itu dan konsultasi dengan karyawan, maka karyawan menawarkan barang yang sudah ada di toko, dan apabila masih kurang cocok, maka pilihan terakhir kita lirikan ke *online*.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Dunia Teoritik

Penelitian ini dapat dijadikan referensi mengenai ilmu strategi pemasaran serta tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

### 2. Bagi Dunia Praktis

Sebaiknya pihak toko yang sudah menerapkan 2 pemasaran *online* maupun *offline* untuk meningkatkan layanan serta strategi pemasaran yang baik sehingga banyak calon pembeli yang tertarik terhadap produk yang tersedia.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan penelitian dengan ruang lingkup yang lebih luas serta narasumber yang lebih banyak. Sehingga hasil penelitian selanjutnya dapat mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dilapangan.