

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan secara teoritis maupun empiris dari hasil data penelitian tentang “Strategi Pemasaran *Online* dan *Offline* dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen pada 3 Toko Fashion dan Aksesoris di Kabupaten Tulungagung”, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran *online* dalam meningkatkan daya tarik konsumen pada Toko Jesse Factory Tulungagung, Toko Aka Hijab Tulungagung dan Toko Khoyiir

Ketiga toko menerapkan strategi pemasaran dan penjualan *online* mulai sekitar 5 tahun terakhir mengikuti perkembangan teknologi informasi dan media sosial. Penerapan strategi pemasaran *online* dilakukan langsung oleh pemilik toko sendiri dibantu beberapa karyawan dengan menggunakan media media sosial, baik WhatsAap, Instagram, Youtube dan tiktok. Strategi ini lebih efektif, jangkauannya lebih luas sehingga dapat diakses oleh pelanggan di berbagai wilayah. Transaksi dan pembayaran untuk penjualan secara *online* langsung dilakukan di media sosial, pembayarannya dilakukan dengan cara transfer ke pemilik toko sesuai nominal dan ongkos kirim yang telah disepakati dan transaksi penjualan disesuaikan dengan syarat jual beli menurut Islam dan menggunakan akad salam. Strategi penjualan *online* sangat relevan karena semakin banyak pelanggan atau calon pembeli baru yang melihat dan proses pemasarannya sangat mudah. Konsumen juga sangat mudah dalam memilih barang yang sesuai dengan keinginannya. Sedangkan kekurangannya adalah terkendala dengan sinyal yang kadang tidak lancar.

2. Strategi pemasaran *offline* dalam meningkatkan daya tarik konsumen pada Toko Jesse Factory Tulungagung, Toko Aka Hijab Tulungagung dan Toko Khoyiir

Strategi pemasaran *offline* sampai sekarang masih tetap efektif karena masih banyak pelanggan yang ingin berbelanja *offline*. Penerapan strategi pemasaran *offline* dilakukan langsung oleh pemilik toko sendiri. Namun dalam proses penjualannya dibantu oleh karyawan toko. Alat atau media apa yang digunakan untuk promosi *offline* pada toko ini adalah melalui pamflet, selebaran, spanduk, banner dan juga stiker. Pemilik toko juga memajang foto produknya di depan toko, teruma ketika ada barang atau produk baru. Pemilik toko melakukan jual beli sesuai dengan aturan negara dan syariat Islam, sehingga mereka yakin transaksi penjualan mereka sudah sesuai dengan syarat jual beli dalam Islam. Strategi pemasaran *offline* mempunyai kelebihan dalam memilih barang atau produk yang diinginkan oleh pelanggan. Pelanggan ada yang memilih melakukan pembelian *offline* karena dapat langsung memilih jenis dan kualitas produk yang sesuai. Akan tetapi dalam penjualan *offline* memerlukan tenaga dan tempat yang lebih luas untuk memajang produk yang dijual oleh pihak toko.

B. Saran

Berpijak dari analisis yang dilanjutkan dengan kesimpulan di atas, maka perlu disarankan kepada:

1. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan atau bisa dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik konsumen.

2. Bagi Pihak Toko

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pelaku usaha yakni Jesse Factory Tulungagung, Aka Hijab dan Toko Khoyiir sebagai bahan pengambilan keputusan dibidang pemasaran untuk lebih meningkatkan volume penjualan setiap produk, dan juga diharapkan untuk kedepannya pihak pelaku usaha untuk mempertahankan dan lebih meningkatkan strategi pemasaran yang telah diterapkan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan penelitian dengan ruang lingkup yang lebih luas dan lebih baiknya menambah referensi agar menunjang penelitian, serta hendaknya memilih narasumber yang lebih mengetahui tentang pokok bahasan dan berpengalaman, sehingga untuk hasil penelitian selanjutnya dapat mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dilapangan.