

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan hasil-hasil penelitian sebagai berikut :

1. Strategi segmentasi yang dilakukan oleh toko Aneka Sandang yaitu dengan mengelompokkan konsumennya ke dalam beberapa segmen diantaranya meliputi wilayah, kota dan juga jenis kelamin. Toko Aneka Sandang menjual produk-produknya untuk kalangan wanita, pria, anak-anak dari masyarakat menengah hingga menengah keatas dengan harga yang ditawarkan pun terjangkau. Selanjutnya strategi segmentasi yang kedua yaitu dalam waktu penentuan memasuki pasar toko ini termasuk *first in strategy* sehingga toko Aneka Sandang menjadi pionir perdagangan busana muslim paling awal yang ada di Tulungagung dan menjadikan toko Aneka Sandang sudah dikenal oleh masyarakat luas. Strategi *targeting* yang dijalankan oleh toko Aneka Sandang yaitu dengan membidik target sasaran yaitu para wanita muslimah dimana segmen ini dirasa paling menguntungkan oleh perusahaan. Kemudian strategi *positioning* yang dilakukan toko Aneka Sandang yaitu dengan memposisikan produknya sebagai produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing serta memberikan pelayanan yang memuaskan seperti membebaskan biaya kirim ketika menerima pesanan di dalam kota. Dengan menerapkan

strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning* penjualan ditoko Aneka Sandang pun mengalami peningkatan dari tahun-ke tahun.

2. Selain itu juga dalam menjalankan bisnisnya toko Aneka Sandang juga memperhatikan unsur-unsur Islami dimana ketika menjual produknya harus sesuai dengan keadaan barang tanpa harus melebih-lebihkan ataupun mengurangi kualitas produk dan juga barang yang dijual memiliki manfaat yang baik. Dalam menjalankan usahanya toko Aneka Sandang menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu Ikhtiar, Manfaat, Amanah dan Nasihat.
3. Kendala yang dialami oleh toko Aneka Sandang yaitu terdapat pesaing yang membidik segmen serupa dimana pasar lain menjual produk yang sama dengan segmen yang sama tetapi dengan harga yang berbeda, produk yang dijual beraneka ragam sehingga terjadi penumpukan barang hal ini terjadi ketika pemilik toko sudah membeli produk yang beraneka ragam jenisnya dengan model yang berbeda tetapi lama-kelamaan model pakaian tersebut sudah tidak diminati konsumen sehingga terjadi penumpukan barang, persaingan harga dengan toko-toko lain dimana pada toko lain harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan toko Aneka Sandang, keragu-raguan konsumen akan produk yang dijual di toko Aneka Sandang, persepsi yang sama di benak konsumen antara toko Aneka Sandang dengan toko yang lain.

B. Saran

1. Diharapkan agar kedepannya harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan usaha yang sejenis agar bisa dijangkau oleh seluruh segmen serta bisa mengubah pemikiran masyarakat bahwa toko Aneka Sandang merupakan toko yang menyediakan jenis pakaian untuk seluruh kalangan dengan harga yang bervariasi. Selain itu juga diharapkan dengan kondisi bangunan toko yang tidak terlalu besar untuk bisa diperbesar lagi agar konsumen merasa nyaman.
2. Dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan wawasan keilmuan di bidang ekonomi syariah khususnya mengenai strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning* dan juga bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama yaitu strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning* sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti tentang strategi segmentasi, *targeting* dan *positioning* dalam meningkatkan penjualan.
3. Bagi Akademik diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangsih perbendaharaan kepustakaan IAIN Tulungagung.