BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang mengenai Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pakaian Pada Toko Serba 35.000 Di Munjungan Trenggalek (Menurut Perspektif Ekonomi Syariah), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan pada Toko Serba 35.000 yang ada di Munjungan Trenggalek adalah strategi segmentasi pasar, *targeting*, *positioning* dan *diferensiasi.* Dalam penerapan segmentasi pasar, Toko Serba 35.000 menyusun segmen pasar dengan 4 segmen. Diantaranya segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis dan segmentasi perilaku.

   Upaya tersebut dilakukan sesuai dengan prosedur strategi pemasaran yang ada. Karena dengan demikian, maka akan berdampak baik terhadap Toko Serba 35.000 sesuai dengan harapan mereka.

2. Penerapan strategi pemasaran syariah oleh Toko Serba 35.000 yang ada di Munjungan Trenggalek dilakukan guna mematuhi ajaran-ajaran agama dan supaya tidak bertindak yang keluar dari norma hukum keagamaan. Pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah juga diterapkan agar para karyawan tetap bekerja secara profesional dan tetap

realistis dalam memberikan pelayanan serta tidak membeda-beda kan kasta masyarakat sekitarnya.

Upaya itu dilakukan demi menjaga kekerabatan kepada masyarakat sekitar agar tetap bisa menjadi rekan kerja yang baik dan juga dapat meningkatkan kepercayaan kepada Toko Serba 35.000.

B. Saran

Dari penarikan kesimpulan tersebut, maka penulis memberikan saran kepada beberapa pihak agar dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi Lembaga

   Bagi lembaga objek penelitian yaitu Toko Serba 35.000 untuk lebih meningkatkan kemampuan dalam menerapkan strategi pemasaran agar tetap menjadi toko pilihan bagi masyarakat sekitar. Mempertahankan hubungan baik dengan para konsumen melalui pemberian pelayanan yang baik dengan bersikap ramah kepada konsumen agara mereka mendapat kesan baik, karena dengan pelayanan yang baik tersebut juga bisa dijadikan sebagai sarana untuk menarik perhatian dari calon konsumen lain yang ada disekitarnya.

2. Bagi Akademik

   Bagi pihak akademik untuk dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi perpustakaan sebagai bahan acuan bagi penelitian yang akan datang. Juga sebagai bahan untuk meningkatkan kualitas jurnal dan juga karya ilmiah bagi semua mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat dikembangkan lagi supaya hasil penelitian bisa lebih banyak memberikan keuntungan dan juga meningkatkan pengetahuan mengenai strategi pemasaran baik secara umum maupun secara syariah.