

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Pemasaran *Fashion* Muslim di Toko *SN Collection* yang telah dijelaskan maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Selama masa pandemi Covid-19 Toko *SN Collection* cenderung mengalami peningkatan penjualan setiap bulannya. Peningkatan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Oktober 2021. Rata-rata penjualan produk *fashion* muslim terbanyak pada tahun 2021 adalah gamis/*dress*, sedangkan untuk produk yang paling sedikit terjual setiap bulannya adalah produk setelan yang hanya terjual.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan Toko *SN Collection* adalah dengan menentukan *segmenting* berdasarkan geografis, demografis, dan psikografis. *Targeting* dengan menentukan pasar sasaran yaitu orang-orang muslim yang berusia 15-35 tahun dan bergaya hidup halal di seluruh Indonesia dan *positioning* dengan menampilkan citra baik, memberikan pelayanan terbaik pada konsumen dan sering melakukan *restock* produk yang banyak diminati serta melakukan strategi *marketing mix* meliputi: (1) *Product* dengan menjual berbagai produk *brand* berkualitas, menampilkan kemasan yang baik dan rapih, dan memberikan pelayanan terbaik baik. (2) *Price* dengan memberikan harga produk sesuai harga di pasaran dan sesuai kualitas produk. (3) *Place* dengan menggunakan saluran distribusi langsung kepada konsumen melalui penjualan *offline store* dan *online*. (4) *Promotion* dengan menggunakan brosur, katalog, *banner*, promosi sosial media, bazar dan memberikan potongan harga.
3. Toko *SN Collection* dalam menjalankan strategi pemasaran telah sesuai dengan pemasaran perspektif hukum ekonomi syariah seperti menerapkan asas manfaat, asas *Antaradhin*, asas *Ash-Sidiq*, asas '*Adamul Gharar*, asas *Mu'awanah*, asas hak milik, asas pemerataan, Asas *Al-Bir Wa Al-Taqwa*. Selain itu juga menerapkan bauran strategi pemasaran 4-P (*product, price, place, promotion*) juga tidak menyimpang dan telah sesuai dengan prinsip

pemasaran Islam. Dalam kasus pembatalan sepihak oleh konsumen Toko *SN Collection* dapat diselesaikan dengan jalan damai kedua belah pihak.

B. Saran

Berdasarkan data dan informasi yang telah didapatkan oleh penulis, maka penulis ingin memberikan sara-saran kepada pihak yang terkait yaitu:

1. Bagi pihak Toko *SN Collection* agar lebih memaksimalkan lagi strategi pemasarannya, melakukan inovasi dan mengikuti perkembangan *trend* pemasaran masa kini yang serba digital, serta perlu dilakukan pembukuan yang baik agar data keuangan Toko *SN Collection* lebih rapih, teratur dan terperinci.
2. Bagi masyarakat agar lebih memperhatikan lagi dalam melakukan transaksi yang berkaitan dengan transaksi jual beli dan pemasaran agar tidak saling merugikan.
3. Bagi peneliti selanjutnya semoga dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan.

