

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis SOAR pada penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk (studi kasus toko Rahma Jilbab Mojosari), maka peneliti dapat mengambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis bauran pemasaran yang mempengaruhi strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk pada toko Rahma Jilbab Mojosari.

Dalam praktiknya toko Rahma Jilbab Mojosari mengimplementasikan strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran/*marketing mix* 9P yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical environment*), janji (*promise*) dan sabar (*patient*). Berkaitan dengan *product*, toko Rahma Jilbab mempunyai satu produk yaitu hijab namun mempunyai bermacam-macam jenis hijab. *Price*, pada elemen *price* ini harga tiap jenis produk jilbab berbeda-beda mulai dari harga Rp.12.000 hingga harga Rp.100.000. *promotion*, promosi dengan menggunakan media sosial dan membagikan *sticker* toko Rahma Jilbab yang menawarkan produk yang di miliki. *Place*, toko rahma Jilbab berada ditempat strategis yang mana dikelilingi oleh sekolah-sekolah, masyarakat sekitar, pasar, dan di samping jalan raya. *People*, toko Rahma Jilbab Mojosari berusaha semaksimal mungkin untuk lebih professional

dari segala aspek, seperti melayani pelanggan dengan penuh keramahan dan kekeluargaan. *Process*, toko Rahma Jilbab memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mencari jilbab yang sedang dibutuhkan. *Physical evidence*, toko Rahma Jilbab mendapatkan *reward* sebagai salah satu UMKM yang pembelanjaannya paling banyak di tingkat kabupaten. *Promise*, kepatuhan karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai integritas dan SOP. *Patient*, perlu adanya kesabaran dalam menghadapi pelanggan untuk memberikan kenyamanan kepada pelanggan dan untuk saling menjaga silaturahmi.

2. Analisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko Rahma Jilbab dalam meningkatkan penjualan produk berdasarkan analisis SOAR.

Berdasarkan hasil dari analisis SOAR, strategi pemasaran yang dapat diterapkan guna meningkatkan penjualan produk pada toko Rahma Jilbab yaitu:

- a. Perluasan jaringan pemasaran pada toko Rahma Jilbab Mojosari;
- b. Maksimalnya mekanisme pemasaran pada toko Rahma Jilbab Mojosari;
- c. Meningkatkan kualitas SDM pegawai toko Rahma Jilbab Mojosari;
- d. Meningkatkan promosi produk jilbab yang ada pada toko Rahma Jilbab Mojosari.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan implikasi secara teoritis maupun secara praksis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, yang menyatakan bahwa toko Rahma Jilbab Mojosari sudah memiliki strategi pemasaran yang bagus dan dapat diandalkan melalui strategi yang mereka miliki serta strategi yang mereka miliki juga sesuai dengan analisis SOAR. Maka secara teoritis penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu acuan untuk memperhatikan gaya strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk pada toko Rahma Jilbab Mojosari.

2. Implikasi Praksis

Berdasarkan uraian pada implikasi teoritis maka hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan acuan bagi karyawan toko Rahma Jilbab Mojosari agar lebih meningkatkan strategi pemasaran guna mendapatkan hasil yang diharapkan oleh perusahaan.

C. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk pada toko Rahma Jilbab, maka peneliti memberikan saran terhadap perusahaan Rahma Jilbab Mojosari dan peneliti lain yang akan menggunakan penelitian ini sebagai rujukan.

1. Bagi toko Rahma Jilbab

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka peneliti mendapatkan hasil bahwa toko Rahma Jilbab dalam meningkatkan penjualan produknya mengalami kenaikan dan perkembangan. Dengan hasil demikian, hendaknya pihak toko Raahma Jilbab selalu memberikan

inovasi-inovasi baru pada setiap jenis produknya agar masyarakat mempunyai ketertarikan untuk membeli Kembali jenis jilbab yang dimiliki oleh toko Rahma Jilbab.

2. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian tentang penerapan strategi pemasaran hendaknya lebih mengembangkan penelitiannya dalam pendapat pelanggan dan kepuasan pelanggan, karena penelitian ini hanya sebatas karakteristik, perkembangan pelanggan pada setiap akhir tahunnya, dan strategi pemasarannya.

