

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Dari beberapa uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan mengenai strategi pemasaran aksesoris *handphone* AD&ADP Cell dalam memasarkan produknya, diantaranya sebagai berikut:

##### 1. Strategi pemasaran Aksesoris *Handphone* di AD&ADP Cell

Ada beberapa macam produk aksesoris *Handphone* di AD&ADP Cell mulai dari *tempered glass*, *casing handphone*, baterai, *ring handphone*, dan lain-lain. AD&ADP Cell selalu mengedepankan trend mode aksesoris yang sedang *booming* di kalangan masyarakat.

Distribusi produk terdiri dari 2 kategori tempat, yaitu: *pertama*, toko ini menjual produknya di toko sendiri, dengan beberapa karyawan yang menjaga dan mengelolanya. *Kedua*, menjual produknya melalui para reseller/distributor yang sudah bergabung dan bekerjasama dengan AD&ADP Cell. Promosi yang dilakukan oleh AD&ADP Cell yaitu dengan cara: *Pertama*, melalui *personal selling*, melalui distributornya atau resellernya kepada pelanggan mereka. *Kedua*, melalui *nonpersonal selling*, cara ini juga dilakukan melalui media informasi dan komunikasi diantaranya BBM, *Whatsapp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Cara ini

bersambungan dengan cara *personal selling* karena para distributor atau pelanggan yang tergabung dalam group BBM, WA, dan *Facebook* mengetahui informasi produk dari media ini. *Ketiga*, melalui banner yang dipasang di depan toko dan *team event* yang sangat berpengaruh dalam pengembangan usaha.

## **2. Strategi Pemasaran Aksesoris *Handphone* Ditinjau dari *Syariah Marketing***

Secara keseluruhan pemasaran yang dilakukan AD&ADP *Cell* hampir sepenuhnya sesuai dengan nilai dan karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha muslim, namun ada beberapa hal yang kurang sesuai yang terdapat pada pemasaran aksesoris *handphone* AD&ADP *Cell*, yaitu:

- a. Sifat *amanah* dalam pemasaran aksesoris *handphone* di AD&ADP *Cell* ada beberapa konsumen yang merasa kecewa terhadap produk aksesoris. Beberapa konsumen mengeluh mengenai produk yang mereka pesan tidak sesuai dengan kualitas yang diinginkan konsumen. AD&ADP *Cell* berusaha dengan baik dalam menjaga kualitas produknya dalam menjaga keutuhan segel dari produk yang mereka pasarkan, hanya saja pengetahuan karyawan tentang kualitas produk yang mereka jual dirasa kurang karena banyaknya jenis aksesoris yang mereka jual atau pihak konsumen yang kurang detail dalam pemesanan barang. Oleh karena itu sifat *amanah* di AD&&ADP *Cell* belum sepenuhnya baik.

- b. Sifat *fathonah* AD&ADP *Cell* dalam berpromosi sangat menarik dan unik serta selalu menjaga inovasi yang berbeda dari yang lain. Jika pesaing lain menggunakan pemasangan spanduk/banner di depan toko, melalui media massa dan media elektronik, *face to face*, lain halnya dengan AD&ADP *Cell* yang memiliki team event yang memberikan pengaruh penting terhadap pemasaran ini. Secara syariah promosi yang dilakukan AD&ADP *Cell* tidak menyimpang. Hal ini dapat dijadikan contoh agar *counter* lain bersifat lebih inovatif.
- c. Sifat Tabligh AD&ADP *Cell* contohnya kegiatan yang mengajak masyarakat atau memotivasi masyarakat melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran agama Islam adalah dengan melakukan kegiatan buka bersama, berinfaq dan bersedekah, serta memberikan zakat kepada masyarakat kurang mampu yang dilaksanakan pada waktu tertentu dan sifatnya berkala. Dari pernyataan diatas kita ketahui bahwa sifat tabligh AD&ADP *Cell* dilaksanakan dengan baik dan dapat diterima di kalangan masyarakat.
- d. Sifat *shiddiq* AD&ADP *Cell* secara keseluruhan belum melaksanakan sifat *shiddiq* karena adanya konsumen yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan terkait dengan barang dan kualitas yang diberikan. Meskipun tidak terlalu berifat fatal, akan tetapi perlu di perhatikan agar hal tersebut tidak mengganggu kenyamanan pelanggan.

## B. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada *counter AD&ADP Cell* terhadap pemasaran aksesoris *handphone*, diantaranya yaitu:

1. Karena adanya pelanggan yang komplain perusahaan sebaiknya dalam pemasaran aksesoris *handphone* terhadap pelanggan lebih teliti lagi dalam mengetahui produk yang diinginkan pelanggan agar mereka lebih puas dengan produk yang mereka beli.
2. Sebelum terjadi perjanjian jual beli sebaiknya karyawan mengecek ulang dengan benar dan lebih mengetahui karakteristik dari produk yang akan mereka tawarkan kepada konsumen, agar konsumen tidak kecewa dengan produk yang mereka beli.
3. Promosi yang dilakukan *AD&ADP Cell* memiliki keunggulan tersendiri yaitu *team event*, dari sini maka sebaiknya pemilik *counter* lebih menambah kekreatifan *team event* agar lebih di tingkatkan lagi.