

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembahasan yang telah penulis lakukan berkaitan dengan strategi *segmenting, targeting, dan positioning* dalam meningkatkan penjualan ditinjau dari *syari'ah marketing*, sebagaimana telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya, menggambarkan pada rumusan pokok-pokok pikiran yang tercantum dalam poin-poin kesimpulan berikut :

1. Segmentasi pasar Usmanika Faza hijab ini cukup luas. Secara geografi, penjualan Usmanika Faza Hijab yaitu masih di wilayah Negara Indonesia, diantaranya pulau Jawa, Sumatera dan Kalimantan. Secara demografis, penjualan Usmanika Faza hijab ditujukan untuk semua kalangan masyarakat mulai dari kalangan bawah sampai kalangan atas, dan dari anak-anak sampai lansia. Sedangkan segmentasi *psychografis*, pembagian pasar atas dasar kelas sosial, gaya hidup Usmanika Faza hijab ini juga menyediakan bermacam-macam hijab dan kerudung mulai dari kerudung anak-anak sampai khimar dengan kualitas yang bagus. Target pasar yang dituju Usmanika Faza hijab adalah anak-anak remaja putri yang berusia antara 12-22 tahun, tempat tinggal mulai dari desa sampai kota. Dikarenakan mereka sangat senang dengan model-model hijab terbaru. Strategi *positioning* yang dipakai Usmanika Faza hijab yaitu dengan cara menggait pelanggan dengan promo, pembelian paket

hijab dan *give away*. Dengan promo-promo inilah hijab Usmanika Faza terkenal dengan harganya yang miring dengan kualitas yang bagus, dan perbedaan produk Usmanika Faza hijab dengan produk pesaing terletak pada model yang selalu mengikuti tren pada masanya serta model yang bervariasi dan warna yang bervariasi.

2. Ditinjau dari *syari'ah marketing* Usmanika Faza hijab sudah mengamalkan karakteristik *syari'ah marketing*. Teistis (*rabbaniyyah*) : di Usmanika Faza Hijab ini yakin bahwa setiap gerak-gerik manusia selalu diawasi oleh Allah SWT. Etis (*akhlaqiyyah*) : di Usmanika Faza Hijab bahwa pemilik dan pegawai di sana memiliki akhlak yang baik, selalu berlaku sopan dan ramah kepada siapa saja dan mengutamakan kerjasama dengan penyalur atau *reseller*. Realistis : di Usmanika Faza Hijab tidak pernah mengada-ada atau berbohong kepada para pelanggannya dari kain hijab sampai harga hijab yang diposting di media sosial. Semua transaksi yang dilakukan berlandaskan etika serta tidak membeda-bedakan sesama. Humanistis : di Usmanika Faza Hijab ini selalu menghormati sesama dan tidak saling menggunjing satu sama lain, serta sebagai ibu Usmanika selaku pemasar tidak merugikan orang lain dengan memberi harga yang tinggi di atas pasaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka saran-saran yang dapat penulis berikan untuk Usmanika Faza Hijab yaitu :

1. Sebelum menggemas hijab yang akan di kirim atau di jual kepada konsumen, Usmanika Faza hijab harus mengecek kembali hijab tersebut.
2. Membuat kontak saran bagi konsumen sehingga menjadi jembatan antara konsumen dan perusahaan agar konsumen dapat menyampaikan kritik dan sarannya untuk dapat ditinjau lebih lanjut oleh pemilik Usmanika Faza Hijab.