

## BAB V

## PENUTUP

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Studi Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Pada Minimarket Java Mart Ditinjau dari Perspektif Bisnis Syariah”, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil yang telah didapatkan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan pada Minimarket Java Mart di desa Cangkring Pos Kec. Karanganyar Kab. Demak adalah dengan melihat strategi produk, harga, promosi, dan lokasi. Dalam melakukan strategi *product* pihak Java mart menjual produk-produk yang dijual dengan kualitas yang baik dan higienis, kelemahan dari strategi *product* ini yaitu Java Mart belum berani mencantumkan *brand* atau *merk* pada kemasannya. dari strategi harga Java mart memberikan harga yang standart dengan Minimarket lainya ada yang murah dan tentu ada yang lebih hal, dalam penentuan harga Java Mart memperhitungkan biaya produksi yang dikeluarkan, dengan hasil pembelian dari distributor hal itu dilakukan agar memperoleh laba atau keuntungan. Dari srategie promosi melakukan promosi dengan cara memasang spanduk di depan toko, hal itu bertujuan agar dengan mudah diketahui oleh masyarakat sekitar, kemudian yang terakhir strategi lokasi, menempatkan minimarketnya tidak jauh dari pemukiman masyarakat dan pengguna jalan raya.
2. *Syariah marketing* pada Minimarket Java mart di desa Cangkring Pos Kec. Karanganyar Kab. Demak, yaitu dari segi produk yang dijual halal tidak menjual barang-barang yang dilarang oleh agama (babi, khmr, minuman memabukan), dari strategi harga menggunakan akad suka rela, artinya tidak ada unsure paksaan di dalamnya. Dari srategie promosi yang dilakukan yaitu dengan tidak melakukan penipuan saat melakukan

promosi ataupun menjelek-jelekan pesaing. Dari strategi lokasi menyediakan tempat yang tidak jauh dari pemukiman penduduk sekitar dan selalu memberikan kenyamanan konsumen saat berbelanja. Dari penerapan yang diterapkan pada karyawannya yaitu harus bersikap jujur, ramah tamah terhadap konsumen, dan sabar ketika melayani serta sopan-santun.

## B. Saran

Dari penelitian yang dilakukan oleh Minimarket Java mart di Desa Cangkring Pos, agar dapat terus berkembang dan untuk peningkatan pendapatan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Pada penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Java mart, hendaknya melakukan proses-proses pemasaran terlebih dahulu dengan melihat peluang (kesempatan) pasar, ancaman-ancaman pendatang, ancaman pesaing, kemudian dari strategi yang dilakukan masih kurang maksimal dari strategi produk hendaknya meberikan pasokan produk-produk yang lebih banyak lagi, dan memcantumkan label dari produk makanan (oleh-oleh) untuk melakukan kerjasama seperti halnya yang dilakukan oleh satu Minimarket lain di daerah Gajah. Dari strategi promosi agar lebih efektif dan efisien lebih tepatnya menggunakan media elektronik seperti radio suara kota wali.
2. Dari *syariah marketingnya* hendaknya selalu memperbaiki kualitas SDMnya agar SDM dapat menyumbangkan ide-ide kreatifnya demi kemajuan Java mart itu sendiri, serta ada hari dimana karyawannya diharuskan untuk mengaji bersama di mushola terdekat, dengan menutup tokonya 1 jaman. Kemudian dibidik imannya agar terus berbuat baik terhadap sesama serta dapat menumbuhkan sifat toleran antar sesama makhluk Allah.

### C. Penutup

Alhamdullillahirabbil'alamin, penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufiq serta hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sebagaimana kata pepatah “tiada gading yang takretak” . Hal tersebut dikarenakan keterbatasan yang ada pada penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik yang konstruktif selalu penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirulakhir, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca yang mengkajinya. Terimakasih.

