BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, agen Afrakids di Sidoarjo sudah menerapkan strategi *Niche Marketing*. Hal itu ditunjukkan dengan Memilih dan fokus pada satu subsegmentsi pasar, pasar yang paling mungkin dilayani oleh agen Afrakids adalah pasar Muslim yang lebih dikhususkan ke anak Muslim.

Mengetahui secara baik kelompok pelanggan, dengan mengetahui bahwa anak-anak mudah bisa menyerap apa yang dilihat, didengar, dan disampaikan atau diajarkan oleh orang tua. Maka agen Afrakids memilih untuk memberikan pelayanan terhadap pelanggan tersebut. Selain itu Dengan memilih satu segmentasi pasar agen Afrakids bisa lebih fokus untuk menjual dan dapat memuaskan pelanggan tersebut.

Mengutamakan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, Afrakids mengkhususkan diri untuk melayani konsumen kelas menengah dan bawah dengan kualitas yang baik. Dengan harga yang terjangkau kisaran Rp.50.000 sampai Rp.100.000 dengan desain kaos premium, memakai plastik pembungkus desain premium, dan memakai bahan kaos katun 24s premium agar nyaman dipakai oleh anak-anak. Dengan begitu konsumen akan berani membayar dengan harga premium, melihat kualitas produk atau pelayanan yang ditawarkan.

Keunggulan yang tidak dimiliki pesaing lain, dengan memiliki spealisasi, perusahaan dapat mmberikan trobosan baru untuk para

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen. Afrakids memberikan produk yang disetiap kaos mempunyai artikel sesuai dengan desain kaosnya, setiap kaos juga akan mempunyai insider yang telah diberi artikel, Dan mempunyai hang tag yang berisi cerita bersambung mengenai value care dan share. Keunggulan itu yang menjaadi senjata bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan yang lain.

Penelitian ini menunjukan bahwa faktor yang paling penting dalam keberhasilan *Niche Marketing* adalah mengidentifikasi target pasar. Keuntungan lain dari *Niche Marketing* adalah perusahaan memiliki pelanggan yang lebih kecil, sehingga perusahaan dapat mengenali pelanggan dengan lebih baik. Hal ini membuat perusahaan lebih mampu memuaskan pelanggan, timbal baliknya loyalitas konsumen akan diberikan.

B. Saran dan Rekomendasi

Menurut hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi peneliti menemukan adanya kekurangan dalam memasarkan produk Afrakids.

1. Agen tidak punya outlet dalam menjualkan produknya, melainkan memasarkan produknya melalui media sosial. Jadi, alangkah baiknya jika agen Afrakids di Sidoarjo lebih berani untuk membuka outlet agar bisa berkembang dan berhasil.
2. Pengembangan produk sangat penting dalam keberhasilan sebuah perusahaan. Peneliti berharap supaya produk Afrakids yang asalnya hanya memproduksi kaos anak muslim. Hal itu ditujukan agar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikembangkan menjadi produk yang bermacam-macam, seperti baju anak muslim, jilbab dan lain sebagainya.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses mengerjakan skripsi, ada keterbatasan dalam melakukan penelitian dikarenakan adanya kendala jarak dan waktu. jarak yang jauh agar bisa mendapatkan data dari narasumber dan kurang singkronnya waktu dari penulis dan narasumber untuk bertemu. Hal tersebut yang menjadikan waktu untuk menyelesaikan penelitian ini menjadi terlambat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id