

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Analisis Perbandingan Strategi Online dan Offline pada Toko Baju Ninetynine.indo di Kota Serang

1. Sejarah Toko Baju Ninetynine.indo

Sejarah berdirinya Toko Baju Ninetynine.indo Kota Serang berawal dari pemikiran Ibu Ririn Kurniati dan Bapak Muhamad Firmansyah yang melihat bahwa banyaknya masyarakat yang menyukai *fashion* pakaian masa kini, bahkan tidak hanya penduduk asli serang semua masyarakat dari penjuru manapun menyukainya. Karena *fashion* pakaian adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pangan dan papan. Kebutuhan pokok ini menjadikan pakaian menjadi sesuatu yang selalu ingin terpenuhi kebutuhannya dan selalu melekat pada tubuh seseorang yang akan memberikan kepantasan, kenyamanan, serta keamanan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga munculah pemikiran untuk membuat Toko Baju Ninetynine.indo ini, agar dapat memudahkan semua

masyarakat yang sedang mencari *fashion* pakaian masa kini.

Dan melihat lagi yang menyukai fashion pakaian semua umur tidak hanya kalangan orang tua, dewasa tetapi remaja dan anak kecil juga menyukainya karena pakaian adalah kebutuhan skunder. Untuk pakaiannya sendiri Toko Baju Ninety-nine.indo ini mengambil pakaian kualitas terbaik di berbagai produsen pakaian, toko ini juga mengambil dari luar pulau dan bahkan import dari luar negeri.

2. Lokasi Bangunan

Untuk alasan pemilihan toko ini sendiri atau lokasi tempat penjualan berdasarekan wawancara dengan Ibu Ririn Kurniati selaku pemilik dan pendiri dari Toko Baju Ninety-nine.indo Kota Serang di peroleh keterangan sebagai berikut :

“Lokasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam aktivitas usaha. Sehubungan dengan itu seorang pengusaha tidak dapat mengabaikan peran lokasi tempat usaha yang sangat penting ini. Banyak usaha yang

sukses dijalankan di tempat tertentu, tetapi usaha yang sama terbukti gagal jika dilaksanakan di tempat lainnya. Tempat tertentu akan sangat sesuai untuk suatu jenis usaha tetapi tidak sesuai untuk jenis usaha yang lainnya.”¹

Penjelasan Ibu Ririn Kurniati mengisyaratkan bahwa dari Toko Baju Ninetynine.indo Kota Serang sangat menyadari pentingnya lokasi karena lokasi dianggap sebagai salah satu faktor yang turut menentukan eksistensi dari Toko Baju Ninetynine.indo Kota Serang. Oleh karena itu tata letak bangunan dan juga akses jalan juga menjadi pertimbangan pemilihan lokasi. Sejalan dengan keterangan di atas, Bapak Muhammad Firmansyah menjelaskan bahwa:

“ jika dibandingkan dengan tempat lain lokasi Toko Baju Ninetynine.indo ini lebih strategis dikarenakan langsung menghadap ke jalan raya dan juga berada di pusat kota serang sehingga membuat masyarakat cepat

¹ Ririn Kurniati, Pemilik dan Pendiri Toko Baju Ninetynine.indo Kota Serang, wawancara dengan penulis di tokonya, tanggal 10 Oktober 2021.

menemukan lokasi Toko Baju Ninety-nine.indo ini sendiri”²

3. Keberadaan Pesaing

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Ririn Kurniati selaku pemilik dan pendiri dari Toko Baju Ninety-nine.indo Kota Serang di peroleh keterangan sebagai berikut :

“Pesaing salah satu faktor penentu keberhasilan dalam sebuah usaha. Jika kita gagal menghadapi pesaing maka kita juga bisa dipastikan akan gagal dalam usaha. Keberadaan pesaing di sekitar Toko Baju Ninety-nine.indo Kota Serang lebih kepada persaingan sehat dengan modal dan produk yang sama kuat, sehingga persaingan akan lebih kepada inovasi dan pelayanan”³

Hal ini yang membuat Ibu Ririn Kurniati memilih mendirikan usahanya di lokasi yang sekarang karena jika dibandingkan dengan tempat lain mungkin akan kurang

² Muhammad Firmansyah, Pemilik dan Pendiri Toko Baju Ninety-nine.indo Kota Serang, wawancara dengan penulis di tokonya, tanggal 10 Oktober 2021.

³ Ririn Kurniati, Pemilik dan Pendiri Toko Baju Ninety-nine.indo Kota Serang, wawancara dengan penulis di tokonya, tanggal 10 Oktober 2021.

efektif karena kurang mampu untuk menjangkau semua kalangan masyarakat sedangkan yang saat ini sangat efektif walaupun adanya keberadaan pesaing tetapi dengan persaingan yang sehat yang membuat toko baju ini sendiri semakin berinovasi dan semakin memberikan sesuatu hal yang baru.

4. Kemungkinan Terlihat

Pemilihan lokasi di sebelum stasiun Kota Serang membuat Toko Baju Ninetynine.indo mudah dilihat oleh para calon konsumen. Ini merupakan salah satu cara promosi dari Toko Baju Ninetynine.indo dalam memperkenalkan Toko Baju Ninetynine.indo tersebut ke calon pelanggan. Dan juga jika di lihat Toko Baju Ninetynine.indo ini berada di tengah Kota Serang yaitu tidak jauh dari Pusat Perbelanjaan Royal Kota Serang, dan tentunya Toko Baju Ninetynine.indo ini langsung menghadap kejalan raya sehingga tidak hanya konsumen lama yang datang akan tetapi semua orang yang melalui jalan raya akan melihat dan memungkinkan untuk berenti dan membeli di Toko Baju Ninetynine.indo.

5. Kemudahan Akses

Pemilihan lokasi di anggap strategis oleh pemilik sekaligus pendiri Toko Baju Ninetynine.indo karena seperti sebelumnya yang menjelaskan bahwa Toko Baju Ninetynine.indo ini berada di pusat kota, dan juga langsung menghadap kejalan raya, jadi untuk kemudahan akses sendiri tidak usah di ragukan lagi karena sudah pasti untuk akses ke Toko Baju Ninetynine.indo ini sangat mendukung karena tidak masuk gang sama sekali dan berada di pusat kota dan tentunya langsung di pinggir jalan jadi posisi Toko Baju Ninetynine.indo sangat strategis dengan kemudahan akses yang seperti ini.

B. Analisis Strategi Pemasaran Toko Baju Ninetynine.indo

Kota Serang

1. Strategi Pemasaran Toko Baju Ninetynine.indo

Dalam melakukan kegiatan usahanya, Toko Baju Ninetynine.indo menetapkan strategi pemasaran dengan menyesuaikan potensi di pasar target daerah tersebut. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Baju Ninetynine.indo adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan kegiatan promosi, promosi Toko Baju Ninety-nine.indo dilakukan dengan spanduk, spanduk ini ada di depan lokasi toko baju ninety-nine.indo yang dapat dilihat oleh masyarakat yang lewat jalan tersebut. Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa lokasi toko baju ninety-nine.indo sudah sangat strategis karena berada dipinggir jalan raya.
- b. Melakukan promosi secara online yaitu dengan cara melakukan promosi di media social seperti Instagram dikarenakan toko baju ninety-nine.indo ini sadar akan media social bisa berpengaruh dalam peningkatan penjualan.
- c. Bergabung dengan berbagai aplikasi promosi, yaitu dimana toko baju ninety-nine.indo ini juga bergabung di aplikasi penjualan seperti, instagram, whatsapp dan lainnya dimana aplikasi ini dapat membantu penjualan di saat masyarakat ingin membeli pakaian dari toko baju ninety-nine.indo akan tetapi tidak bisa keluar rumah sehingga aplikasi ini menjadi prantara antara toko baju ninety-nine.indo dengan pelanggan.

- d. Pelayanan prima, dalam hal ini karyawan dengan ramah dan siap dalam memberikan pelayanan yang terbaik dengan konsep 7S, yaitu: salam, senyum, sapa, sopan, santun, siap dan siaga.
- e. Harga jual bersaing, dimana produk yang dijual oleh toko baju ninety-nine.indo menentukan harga yang pas untuk hampir semua kalangan dan memberikan diskon untuk jumlah pembelian tertentu dan produk tertentu.
- f. SDM mutu, dalam merekrut karyawan diadakan training terlebih dahulu selama satu bulan sebelum menjadi karyawan tetap di Toko Baju Ninety-nine.indo.
- g. Tempat yang mengikuti perkembangan zaman dimana toko baju ninety-nine.indo ini menyediakan tempat yang kekinian, nyaman dan bersih sehingga menjadi salah satu strategi untuk membuat pelanggan ingin kembali lagi.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Muhammad Firmansyah selaku pemilik dan pendiri dari

Toko Baju Ninetynine.indo Kota Serang di peroleh keterangan sebagai berikut:

“ Toko Baju Ninetynine.indo Kota Serang ini memiliki strategi yang mengikuti zaman karena jika hanya dengan satu strategi dari Toko Baju Ninetynine.indo Kota Serang ini akan kalah dengan pesain pesaing baru contohnya produk pakaian yang ada di Toko Baju Ninetynine.indo ini bisa di beli melalui beberapa aplikasi seperti instagram dan whatsapp, hal itu di lakukan agar bisa memudahkan pelanggan untuk membeli produk pakaian kami, jika kita hanya menerapkan strategi pemasangan spanduk saja tentunya kita akan kehilangan pelanggan yang hanya bisa diam di rumah tetapi ingin membeli pakaian secara online, terutama saat ini sedang adanya pembatasan untuk keluar rumah jadi kita harus selalu memperbaharui strategi yang ada”

Keterangan dari Mbak Anisa selaku pelanggan di Toko Baju Ninetynine.indo menurutnya:

“Pembeli di Toko Baju Ninetynine.indo sangat banyak, pertama, karena sudah lama berdiri, kedua, kualitas dari produk pakaian yang dijual sangatlah baik dan selalu menyesuaikan perkembangan *fashion* di masyarakat; ketiga, lokasi yang sangat mendukung.”⁴

C. Strategi Pemasaran Yang Perusahaan Terapkan Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Toko Baju Ninetynine.indo, Kota Serang

Setiap perusahaan baik itu Toko Baju Nineynne.indo, Kota Serang beroperasi pada strategi pemasaran untuk optimalisasi dalam mencapai tujuannya. Strategi pemasaran yang kompleks ini selalu berubah-ubah sebagai konsekuensi dari perubahan sosial. Bagi perusahaan perubahan lingkungan dapat menjadi tantangan yang baru bagi pemasaran usaha, sehingga hal ini memerlukan tanggapan dan cara penyelesaian yang baru pula atau sebaliknya dapat berubah menjadi peluang atau kesempatan mengembangkan usaha. Dengan demikian strategi pemasaran dalam sebuah

⁴ Anisa, pelanggan Toko Baju Ninetynine.indo Kota Serang, wawancara dengan penulis di sekitar Toko Baju Ninetynine.indo, tanggal 10 Oktober 2021.

perusahaan tidak dapat dilakukan hanya sekali proses saja, namun butuh proses panjang untuk membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan perusahaan tersebut.⁵

Semua organisasi, baik yang berbentuk badan usaha swasta, badan yang bersifat publik ataupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang merupakan motivasi dari pendiriannya, demikian pula pada Toko Baju Ninety-nine.indo, Kota Serang, tentu memiliki tujuan dan juga strategi.

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan.

Hal yang paling mendasar dan diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat masyarakat/calon konsumen agar mau

⁵Muhammad Firmansyah, Pemilik dan Pendiri Toko Baju Ninety-nine.indo Kota Serang, wawancara dengan penulis di tokonya, tanggal 10 Oktober 2021.

berbelanja agar dapat bertahan ataupun menambah jumlah pembeli/konsumen di tempat tersebut. Sesuai dengan strategi pemasaran yang telah diuraikan akan dikaji dalam segmenting, targeting dan positioning. Selain itu juga akan dikaji pemilihan lokasi Toko Baju Ninety-nine.indo dalam upaya mengembangkan usaha dan mempertahankan konsumen yang telah ada (memenangkan mind-share, heart-share dan market-share).

Tabel 4.1

Laporan Penjualan Toko Baju Ninety-nine.indo

Periode 2021 (Januari-April)

NO	Bulan			Volume penjualan	Laba
		Online	offline		
1	Januari	75potong	155potong	25.500.000,-	2.150.000,-
2	Februari	82potong	175potong	28.585.000,-	2.515.000,-
3	Maret	73potong	138potong	28.570.000,-	2.350.000,-
4	April	62potong	142potong	26.220.000,-	2.200.000,-

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui hasil penjualan Toko Baju Ninety-nine.indo mengalami peningkatan dan penurunan. Dapat diketahui hasil penjualan Toko Baju Ninety-nine.indo rata-rata dari bulan kebulan masih mengalami peningkatan dan penurunan. Berdasarkan fakta yang peneliti temukan, peneliti melakukan wawancara kepada beberapa pelanggan diantaranya Dwi Nurleza yang melakukan pembelian pakaian melalui *online*, mengatakan bahwa dalam kasus pembelian pihak toko tidak ingin bertanggung jawab atas keadaan barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang dijelaskan pada gambar.⁶ Pada pembelian *offline* ditemukan bahwa kepuasan pelanggan sangat diperhatikan oleh pegawai toko dilihat dari pelayanan yang diberikan pihak toko kepada konsumen, pihak toko fokus mengawasi dan melayani konsumen.

Menurut peneliti Toko Baju Ninety-nine.indo cukup baik melakukan pemasarannya di karenakan di lihat dari bangkitnya Toko Baju Ninety-nine.indo setelah mengalami penurunan dari sistem *online* yang sangat drastis, sehingga

⁶ Dwi Nurleza, pelanggan Toko Baju Ninety-nine.indo Kota Serang, wawancara dengan penulis di sekitar Toko Baju Ninety-nine.indo, tanggal 10 Oktober 2021.

untuk lebih lanjut mengenai analisa strategi pemasarannya penulis akan uraikan di bawah ini.

Segmenting (segmentasi pasar) merupakan Tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing konsumen dibedakan menurut karakteristik kebutuhan produk dan bauran pemasaran tersendiri. Adapun segmentasi yang dilakukan oleh Toko Baju Ninetynine.indo ialah dari segi penjualan pakaian, karena Toko baju Ninetynine.indo hanya menjual pakaian wanita yaitu blouse, gamis, blazer, dan lain sebagainya.

Targeting (target pasar) merupakan tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Untuk target pasar dari Toko Baju Ninetynine.indo adalah masyarakat di sekitar Kota Serang dan masyarakat yang melintas di depan Toko Baju Ninetynine.indo, baik daerah-daerah wilayah banten seperti Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Serang, Kota Tangerang dan lainnya, atau daerah-daerah lain di luar wilayah Banten. Untuk pembagian pasar Toko Baju Ninetynine.indo lebih kepada masyarakat yang ada

di sekitar toko di Kota Serang karena masyarakat sekitar Kota Serang dapat langsung datang ke toko *offline* yang dimiliki oleh Toko Baju Ninety-nine.indo dan dari luar Kota Serang juga dapat membeli produk dari Toko Baju Ninety-nine.indo karena Toko Baju Ninety-nine.indo memiliki sistem online yang dapat dikirim kemana saja.

Positioning (penetapan posisi pasar) tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen (memenangkan *mind-share*). Strategi penentuan posisi pasar terdiri dari: dasar atribut (harga murah atau harga mahal), menurut kelas pengguna, kelas produk. Untuk penetapan pasar ini Toko Baju Ninety-nine.indo memiliki keunggulan yang membedakannya dengan pesaing lainnya seperti dalam layanan dari sistem online yang memudahkan konsumen untuk membeli produk dari Toko Baju Ninety-nine.indo tanpa harus datang ketoko langsung, dan akan langsung dikirim ke alamat penerima. Kebersihan adalah hal utama bagi Toko Baju Ninety-nine.indo bukan hanya dalam toko tetapi juga lahan depan toko tetap dijaga

kebersihannya, dan pelayanan prima selalu ramah kepada calon konsumen.

Kemudian strategi pemasaran Toko Baju Ninety-nine.indo akan dianalisa berdasarkan 4 (empat) variabel dalam bauran pemasaran (marketing mix), yaitu;

a) Product (barang/jasa)

Product yang terdapat pada Strategi pemasaran Toko Baju Ninety-nine.indo ini adalah:

1) Membuat logo.

Logo merupakan hal yang membedakan satu dengan yang lain, begitu pula dengan nama Ninety-nine.indo pada Toko Baju Ninety-nine.indo ini yang membedakannya dengan toko yang lain dan menarik perhatian dari para calon konsumen dengan tujuan untuk menguasai mind-share.

2) Produk yang murah dengan kualitas yang baik.

Toko Baju Ninety-nine.indo selalu menyediakan barang-barang yang harganya lebih murah dari toko lainnya namun tetap memberikan jaminan kualitas.

Sekalipun tidak menentukan harga secara besaran nominal keuntungan yang wajar dalam perdagangan.

b) Place (saluran distribusi)

Place/saluran distribusi merupakan strategi yang erat kaitannya dalam mendistribusikan barang atau jasa kepada konsume. Pemilihan lokasi Toko Baju Ninety-nine.indo adalah di sekitar pusat perbelanjaan dengan tujuan target pasar adalah masyarakat sekitar. Dalam saluran distribusi ini Toko Baju Ninety-nine menyediakan tempat yang bersih, luas, dingin untuk kenyamanan bagi para konsumennya dan juga tempat parkir yang cukup untuk beberapa kendaraan sehingga konsumen tidak akan kesulitan ketika ingin menaruh kendaraannya. Mengenai fasilitas layanan *online*, bahwa layanan bagi pelanggan dengan pembelian *online* tertentu akan mendapatkan fasilitas antar sampai tujuan.

c) Promotion (promosi)

Dalam kegiatan pemasaran perlu lebih dari sekedar pengembangan produk, penetapan harga dan membuat produk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh konsumen.

Pemberian informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan tersebut melalui kegiatan promosi. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toko Baju Ninetynine.indo adalah sebagai berikut:

1) Periklanan (advertising)

Iklan adalah bentuk penyajian dan promosi akan gagasan, barang/jasa yang dibayarkan oleh sponsor tertentu. Untuk kegiatan periklanan ini Toko Baju Ninetynine.indo melalui papan nama yang dipasang di depan Toko Baju Ninetynine.indo. kegiatan promosi melalui papan nama yang dianggap lebih sesuai dengan pasar yang ada di Kota Serang.

2) Promosi penjualan (sales promotion)

Promosi penjualan ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah pelanggan. Promosi penjualan dilakukan guna menarik pelanggan untuk segera membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk promosi penjualan ini Toko Baju Ninetynine.indo memberikan diskon tanpa

minimal pembelian untuk produk tertentu baik pada sistem *online* maupun *offline*.

3) Publisitas (publicity)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui media sosial yang dimiliki Toko Baju Ninety-nine.indo yaitu dengan memposting produk terbaru dari Toko Baju Ninety-nine.indo dan juga dengan cara mendeskripsikan secara detail bahan produk di Toko Baju Ninety-nine.indo.

d) Price (harga)

Harga merupakan satuan ukur mengenai mutu suatu produk, harga atau jumlah uang (kemungkinan ditambah barang) yang dibutuhkan oleh untuk memperoleh kombinasi barang dan pelayanan yang menyertai. Dalam perekonomian harga merupakan unsur bauran pemasaran yang fleksibel artinya dapat berubah secara cepat.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan membandingkan antara data dan fakta yang diperoleh selama penelitian dengan uraian teoritis sehingga diperoleh sebuah data dan fakta tentang teori dari kenyataan di lapangan mengenai strategi pemasaran *online* dan *offline* di Toko Baju Ninety-nine.indo Kota Serang.

Berdasarkan data dan fakta di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan kebutuhan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang. Strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisis pasar sasaran

yang ingin dicapai oleh suatu pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.

Strategi pemasaran *online* adalah sistem yang berbasiskan pada jaringan. Maksudnya sistem pemasaran ini bersifat *online*. Adapun manfaat dari sistem ini bisa dirasakan oleh kedua belah pihak yakni oleh penjual dan pembeli. Jual beli sejenis sama dengan jual beli akad salam. Akad salam adalah bentuk jual beli dengan pembayaran dimuka dan penyerahan barang dikemudian hari dengan harga, spesifikasi, jumlah kualitas, tanggal dan tempat yang jelas serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Sedangkan sistem pemasaran *offline* yaitu proses transaksi penjualan barang dan jasa secara langsung yang di mana produsen dan konsumen bertemu dan terjadinya transaksi jual beli.

Di sini setelah peneliti melakukan penelitian selama satu bulan maka peneliti telah menemukan data dan fakta yang berbeda antara secara teoritis dengan yang terjadi di lapangan.

Seperti dapat di jelaskan melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.2

Kelebihan dan Kekurangan jual beli strategi *online*

No	Kelebihan	Kekurangan
1.	Tidak terikat tempat dan waktu, terutama bagi anda orang yang sibuk sehingga tidak sempat berbelanja dengan mendatangi ke toko.	Sering terjadi penipuan barang tidak dikirim setelah dilakukan pembayaran.
2.	Menghemat waktu dan tenaga, anda tidak perlu berkeliling mall atau toko, anda cukup meluangkan waktu sebentar dengan membuka media sosial Instagram atau WhatsApp dan tentu	Dikenakan biaya transportasi atau biaya pengiriman, sehingga ada biaya tambahan. Serta butuh waktu agar barang sampai ditempat anda karena proses pengiriman.

	saja anda akan terhindar dari kemacetan jalan raya.	
3.	Anda dapat membandingkan produk dan harga dengan toko online lainnya, sehingga lebih banyak pilihan.	Fisik dan kualitas barang tidak sesuai dengan yang diharapkan, karena kita hanya dapat melihat melalui foto yang ada di website.
4.	Proses belanja yang mudah, cukup memesan barang, dan pembayaran biasanya dapat melalui internet/mobile banking, ATM, atau mini market seperti Alfamart Indomart, dan tinggal menunggu barang dikirim.	Tidak dapat melihat dan mencoba secara langsung barang yang dipesan.

Tabel 4.3**Kelebihan dan kekurangan strategi *Offline***

No	Kelebihan	Kekurangan
1.	Pembeli lebih percaya karena biasanya pembeli datang langsung ke toko sehingga bisa memilih produk yang sesuai dengan keinginanya.	Waktu yang dibutuhkan untuk berbelanja <i>offline</i> sangat panjang
2.	Dapat mengetahui kualitas barang secara langsung.	Bergantung pada cuaca.
3.	Barang yang akan di beli dapat langsung di coba	
4.	Metode pembayaran sangat mudah yaitu bisa secara cash atau pun dengan kartu	

	debit.	
--	--------	--

Berdasarkan tabel di atas dapat di simpulkan bahwa perbandingan antara strategi *online* dan *offline* pada Toko Baju Ninety-nine.indo dapat diketahui strategi yang lebih efektif yaitu strategi pemasaran *offline*, di mana konsumen lebih memilih untuk berbelanja langsung ke toko tanpa memesan melalui *online* meskipun terdapat kemudahan dalam berbelanja *online*, hal ini dikarenakan konsumen merasa lebih puas jika memilih dan melihat kualitas bahan secara langsung, serta dapat memilih ukuran yang pas dengan badan tidak terlalu kecil maupun besar. Dan fasilitas di Toko Baju Ninety-nine sangat lah nyaman dengan desain kekinian membuat para konsumen berbelanja dengan nyaman. Strategi pemasaran *offline* yang dijalankan Toko Baju Ninety-nine.indo sudah cukup baik dengan menyediakan produk yang mengikuti trend terbaru, kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas produk.

Tinjauan ekonomi Islam dalam strategi pemasaran *online* dan *offline* Toko Baju Ninety-nine.indo Kota Serang. Di mana Ekonomi Islam adalah menyangkut kumpulan prinsip

umum tentang perilaku ekonomi yang diambil dari Al Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW dan pondasi ekonomi tersebut dibangun atas dasar pokok-pokok itu dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan waktu. Adapun strategi yang digunakan oleh Toko Baju Ninety-nine.indo ini tidak keluar dari syariat Islam, tetap ada unsur-unsur Syariah didalamnya.