BAB V
PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran melalui media sosial instagram : studi pada toko pakaian Nazwa Hijab Kendari, setelah menganalisa data-data yang terkumpul melalui observasi, dokumentasi dan wawancara dalam penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa strategi yang dilakukan oleh Toko Nazwa Hijab Kendari melalui media sosial Instagram memiliki beberapa macam dianratanya segmentasi pasar yang merupakan pengelompokan konsumen, yaitu strategi geografis (tingkat wilayah) dan demografis mengelompokkan konsumen berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan. Startegi targetting yaitu bagaimana akun @nazwahijabkdi dapat dengan aktif menjalankan akun Instagram sebagai media pemasaran, dan strategi positioning yaitu menetapkan akun @nazwahijabkdi yang berfungsi untuk menjalankan teknik pemasaran agar identitas Nazwa Hijab di ketahui oleh semua orang.
2. Bahwa dalam menjalankan strategi pemasaran Nazwa Hijab Kendari menjalankan usahanya tentunya dengan menanamkan unsur-unsur syariat islam dimana dalam memasarkan usahanya sendiri owner nazwa Hijab dengan jujur ketika akan

mempromosikan barangnya baik melaui onlnie maupun tidak di karenakan hal itu memiliki dampak besar bagi kelangsungan produk karena konsumen tentunya tidak menyukai adanya kebohongan dalam penjualan.

3. Bahwa saat memasarkan produk nya melalui media sosial akun @nazwahijabkdi tentuny amemiliki faktor penghambat maupun gfaktor pendukung, adanya faktor penghambat sendiri dapat mengakibatkan dampak negatif bagi perusahaan dan untuk faktor pendukung dengan adanya aplikasi Instagram Nazwa Hijab banyak diketahui oleh masyarakat-masyarakat yang bahkan belum perna datang ke Toko Nazwa Hijab Kendari.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Kepada usaha-usaha kecil lainnya haruslah merencanakan strategi pemasaran yang baik ketika akan menjalankan suatu usaha dimana strategi pemasaran sangatlah penting dalam merencanakan target pasar dan sistem penjualan, dengan adanya strategi pemasaran yang baik dapat dengan mudah menarik konsumen ketika akan berbelanja dan juga daapat memeprluas kinerja perusahaan.
2. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperluas kajian-kajian tentang hal-hal yang harus dipertimbangkan dalam

melakukan suatu proses penelitian tentang strategi pemasaran pada suatu usaha.

3. Kepada perusahaan serta karyawan-karyawan yang bekerja di dalamnya baiknya untuk mencontoh perilaku-perilaku Nabi Muhammad saw dalam melakukan perdagangan seperti etika berjualan, sopan santun, saling menghormati dan menghargai pembeli dikarenakan dengan begitu dapat membuat pembeli dapat dengan nyaman kekita akan berbelanja.

5.3. Rekomendasi

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan di lapangan terdapat beberapa rekomendasi terkait dengan pembahasan di atas, yaitu:

1. Bagi pelaku bisnis yang akan membuka suatu usaha pentingnya untuk memiliki perencanaan dalam memulai suatu usaha olehnya peneliti merekomendasika strategi pemasaran seperti segmentasi pasar yaitu dengan meneglompokkan konsumen menjadi beberapa organisasi seperti strategi geografis dan demografik yang menentukan konsumen berdasarkan tingkat wilayah dan juga membagi konsumen berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan hingga pendidikan. Olehnya pelaku usaha dapat dengan menguasai bagaimana berjalannya segmentasi pasar.
2. Peneliti juga merekomendasikan berbagai strategi pemsaran lainnya yaitu, bauran pemasaran yang terdiri dari *product*,

price, promotion, place yaitu untuk menciptakan produk yang di tawarkan, menetapkan harga, memberikan informasi kepada konsumen, serta digunakan untuk menentukan dimana penawaran dapat diakses. Apalagi pemasaran melalui media sosial hal itu sangatlah dibutuhkan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KENDARI