

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian pada bab-bab sebelumnya dari hasil analisis strategi pemasaran melalui media online dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus *Locked Target* Kudus), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif pada produk *Locked Target* Kudus dilakukan melalui tiga tahapan utama yaitu penempatan segmentasi pasar berdasarkan usia remaja, menetapkan pasar sasaran berdasarkan model kaos, kemeja, bucket hat dan produk *Locked Target* lainnya yang paling banyak *dicomment* dan dipesan serta penempatan produk melalui pengembangan bauran pemasaran melalui promosi dan diskon harga pada hari-hari tertentu. Segmentasi Pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk kedalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Dasar-dasar penetapan segmentasi pasar melalui media online dalam meningkatkan pendapatan *Locked Target* Kudus berdasarkan usia. Langkah pertama penetapan pasar sasaran *Locked Target* Kudus adalah mengembangkan metode penilaian atas daya tarik segmen dengan melihat postingan model kaos, kemeja, bucket hat dan produk *Locked Target* lainnya manakah yang paling banyak *dicomment* atau dipesan. *Locked Target* Kudus menempatkan produknya sebagai produk yang nyaman dipakai dengan bahan yang berkualitas, namun dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan namun khususnya kalangan remaja. Tindakan Bapak Miftachul Falah diatas sudah logis atau rasional karena sesuai dengan teori tindakan sosial yaitu tipe tindakan rasionalitas instrumental bahwa Bapak Miftahul Falah selaku pemilik telah melakukan pertimbangan dan pilihan yang sadar yang berhubungan dengan tujuan tindakan pemasaran dengan

strategi demonstratif dengan menggunakan internet dan media sosial untuk mencapai tujuan tersebut.

2. Faktor penghambat strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif pada produk Locked Target Kudus adalah tingginya persaingan dengan sesama produsen terlebih dari Brand yang sudah terkenal, sehingga customer sering membandingkan produk dan harga *Locked Target* Kudus dengan produk lainnya, kendala lain yang dialami yaitu pengambilan atau gambar yang dicopy pihak lain kemudian digunakan dan diakui sebagai produksinya. Sedangkan faktor pendukung strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif antara lain kemudahan penggunaan website serta kepercayaan konsumen pada Locked Target Kudus. Tindakan bapak Miftachul Falah sudah logis atau rasional sesuai dengan teori tindakan sosial tipe tindakan afektif yaitu yang ditandai oleh dominasi perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual atau perencanaan yang sadar. Hal ini terbukti Bapak Miftachul Falah merasa bahwa faktor penghambat strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif adalah pengambilan atau gambar yang dicopy pihak lain kemudian digunakan dan diakui sebagai produksinya.
3. Upaya yang dilakukan Locked Target Kudus dalam meminimalisir faktor penghambat strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif adalah selalu memberikan yang terbaik untuk *customer* dan selalu menjaga kepercayaan dan kesetiaan *reseller* dan *customer*. Misal memberikan harga yang sesuai, respon yang ramah dan tanggung jawab, yang terpenting berusaha untuk lebih baik lagi, lebih maju dan berdo'a agar setiap usaha dilancarkan olehNya. Sedangkan untuk menghadapi kendala yaitu pengambilan atau gambar yang dicopy pihak lain kemudian digunakan dan diakui sebagai produksinya adalah dengan memberikan tanda yaitu tulisan *Locked Target* Kudus pada setiap gambar yang diposting. Tindakan Bapak Miftachul Falah diatas sudah logis atau rasional sesuai dengan teori tindakan sosial tipe rasionalitas yang berorientasi nilai bahwa Bapak Miftachul Falah melakukan upaya dalam meminimalisir faktor penghambat strategi

pemasaran berbasis *online* demonstratif berdasarkan pertimbangan secara obyektif mengenai tujuan-tujuan mana yang harus dipilih dengan mempertimbangkan kegunaan (*utility*), efisiensi dan sebagainya yang tidak relevan.

B. Kesimpulan Peneliti

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada Locked Target Kudus mengenai strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif. Serta berdasarkan analisis dengan teori strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif, maka peneliti berpendapat bahwa pelaksanaan strategi pemasaran berbasis *online* demonstratif yang dilakukan locked Target Kudus sesuai dengan teori. Dengan demikian, pelaksanaannya dapat ditingkatkan dan dilanjutkan secara *continue* dengan tujuan utama yaitu meningkatkan volume penjualan.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian penulis mengenai analisis strategi pemasaran melalui media online dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus *Locked Target* Kudus) melekat beberapa keterbatasan. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Keterbatasan waktu penelitian yang hanya meliputi jangka waktu selama kurang lebih 3 bulan. Sehingga mengakibatkan penelitian ini kurang dalam hal kualitas dan kuantitas.
2. Dalam melakukan analisis strategi pemasaran melalui media online dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus *Locked Target* Kudus), peneliti hanya melakukan analisis ditinjau dari manajemen pemasaran, belum mencakup analisis ditinjau dari manajemen strategi dan manajemen sumber daya manusia.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan memperpanjang waktu penelitian. Dengan melakukan penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang diharapkan akan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai analisis strategi pemasaran melalui media online dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus *Locked Target* Kudus).
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan juga memperhatikan analisis ditinjau dari manajemen strategi dan manajemen sumber daya manusia sehingga diketahui apakah strategi tersebut sudah benar atau belum.

E. Penutup

Alhamdulillahirobbil 'alamin, segala puji milik Allah SWT semata. Teriring panjat syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kekurangan dan kekhilafan sebagai manusia, menyadarkan penulis akan kekurangsempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu, tegur sapa dan saran kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan. Sebagai akhir kata, terbesit harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca budiman pada umumnya, dan khususnya bagi penulis sendiri di masa-masa yang akan datang. *Amin Yaa Rabbal 'Alamin*.