

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Peran Media Sosial dalam mendukung Inovasi Produk Dan Promosi Penjualan Batik Tulis Kresno Aji Lasem dengan cara pemunculan ide, Penyaringan Ide, Analisi Bisnis, Pengembangan, pengujian, dan komersialisasi dengan menggunakan media sosial. Selain itu strategi tersebut juga memperhatikan beberapa hal seperti, strategi produk, strategi pasar, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi, yang bertujuan untuk menarik pembeli dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Selain itu didalam memasarkan produknya menggunakan media sosial yang paling penting yaitu membuat pola pesan, media penyampaian yang tepat serta penyampaian pesan promosi yang tepat pula.
2. kendala yang dihadapi Batik Tulis Kresno Aji Lasem dalam menggunakan media sosial untuk mendukung inovasi produk dan promosi penjualan batik antaralain faktor internal dan eksternal. Faktor internal sendiri terdiri dari Kreativitas Pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem yang ditandai pada Proses Pengumpulan Ide Desain Motif dan pelatihan daya kreativitas, Inovasi Pengrajin Batik Tulis Kresno Aji Lasem ditandai pada Inovasi Terhadap Motif dan Inovasi Terhadap Promosi Penjualan Produk. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari kebijakan pemerintah yang tidak menentu dan persaingan pasar yang memperhatikan selera konsumen.

### **B. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, meliputi :

1. keterbatasan literature hasil penelitian sebelumnya yang masih kurang mendalam.

2. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga membuat penelitian kurang maksimal.
3. Keterbatasan pengetahuan peneliti dalam membuat dan menyusun tulisan ini sehingga perlu diuji kembali keandalanya ke depan.
4. Keterbatasan data yang digunakan dalam penelitian ini sehingga membuat hasil penelitian kurang memuaskan.

### **C. 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 inovasi dan promosi produk Batik Tulis.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan juga memperhatikan strategi didalam menginovasi produk batik dan promosi batik melalui media sosial sekaligus mengembangkannya.

### **D. Penutup**

Puji syukur Alhamdulillah, berkat pertolongan dan karunia Allah SWT didasari niat dan kesungguhan akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PERAN MEDIA SOSIAL DALAM Mendukung Inovasi Produk dan Promosi Penjualan Batik Tulis Lasem“ dengan harapan semoga dapat memberi manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Namun penulis menyadari, bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu saran yang beesifat konstruktif dari semua pihak, sangat penuliss harapkan demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini memberi semangat dan motivasi kepada kawan-kawan dan para pembaca yang

sedang menggali ilmu bisnis islam. Tiada kata terindah yang penulis panjatkan selain mengucapkan syukur kepada Allah SWT dan terimakasih kepada kawan-kawan yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga senantiasa mendapat balasan dari Allah SWT. *Amin Ya Rabbal 'Alamin.....*

