

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Pemanfaatan *digital marketing* dalam penjualan Luna Hijab dengan strategi (STP) *segmenting, targeting, positioning* menggunakan berbagai media sosial meliputi:

1. *Facebook*

Facebook adalah platform media sosial yang memiliki banyak pengguna dengan akses yang mudah terhubung dan mudah dalam berinteraksi, serta banyak dari masyarakat di berbagai Negara yang menggunakan media ini untuk bersosialisasi atau mempromosikan bisnis.

2. *Whatsapp*

Media social yang banyak pengguna serta jangkauannya yang cukup luas dan langsung pada produk yang dituju.

3. *Instagram*

Pemasaran media sosial Luna Hijab ditujukan untuk anak muda masa kini, yang sebagian besar lebih kekinian. Ini juga memiliki keunggulan dalam hal kualitas foto dan video, sehingga ideal untuk digunakan dalam materi promosi.

4. *Marketplace*

Marketplace yang digunakan Luna Hijab yaitu Shopee. Marketplace shopee merupakan salahsatu marketplace yang sedangberkembang di Indonesia. Dengan disediakan marketplace ini dapat memudahkan dalam bertransaksi karena lebih jelas baik deskripsinya serta menjamin keamanan dalam bertransaksi.

Luna Hijab dalam memasarkan produknya tidak lepas dari strategi *segmenting, targeting, positioning*:

1. *Segmenting* (segmentasi)

Luna Hijab dalam segmentasi pasar meliputi yang pertama :Jawa Tengah, yang terdiri dari wilayah Kudus, Demak, Pati, dan Semarang. Kedua, rata-rata berusia antara 20 dan 30 tahun, menurut demografi. Dan memiliki pendapatan finansial yang layak bahkan lebih baik. Ketiga, psikografis, atau penggolongan pelanggan ke dalam segmen pasar berdasarkan gaya hidup dan kepribadiannya. Keempat, berdasarkan perilaku (behavioristic) segmentasi pasar berdasarkan perilaku atau perilaku pelanggan yang ditentukan oleh tingkat pengetahuan, sikap, penggunaan, dan tanggapan mereka terhadap produk hijab Luna Hijab.

2. *Targeting*

Luna Hijab berfokus pada satu kategori pasar ketika mengidentifikasi target pasar (*Single Segment Concentration*). Selain itu, Luna Hijab memilih kategori tertentu yang menarik dan sesuai untuk merek (*Spesialisasi Selektif*).

3. *Positioning*

Luna Hijab memposisikan dirinya sebagai merek dengan Pengalaman cukup lama dalam menyediakan barang-barang hijab berkualitas tinggi dengan harga yang wajar.

Faktor yang mendorong dan menghambat penggunaan digital marketing dalam penjualan hijab di Luna Hijab

1. Faktor Pendukung

Jangkauan yang luas, lebih fokus, komunikasi interaksi, terukur, kualitas produk, harga produk, dan promosi Luna Hijab merupakan faktor-faktor yang membantu perusahaan dalam menjalankan tujuannya.

2. Faktor penghambat

Ketidakmampuan sumber daya manusia dalam menggunakan teknologi secara efektif yang dapat menghambat organisasi dalam menjalankan strategi pemasaran merupakan salah satu masalah yang dapat menghambat perusahaan dalam menjalankan strategi. Ketika ada unsur-unsur penghambat hadir, solusi terbaik adalah dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi (*Iptek*)

Dari segi pemasaran, Luna Hijab mengikuti konsep pemasaran yang islami. Hal ini terlihat dari cita-cita perusahaan yang mengutamakan kejujuran dan tidak adanya kecurangan dalam penjelasan produk dengan secara rutin menawarkan review produk dan spesifikasi produk. Ikhtiar ini ini terus dilakukan agar prosedur bisnis perusahaan tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga mengutamakan faktor falah dalam transaksinya.

B. Saran

Sebagai akhir dalam penulisan skripsi, peneliti ingin menyampaikan beberapa masukan yang meliputi :

1. Luna Hijab perlu menekankan pentingnya strategi *Segmenting*, *Targeting*, *Positioning*, bahwa strategi tersebut memiliki peran penting terhadap laju perusahaan dalam bersaing, bertahan, dan berkembangnya suatu perusahaan.

2. Luna Hijab harus mampu menjaga dan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan prima yang diberikan kepada konsumen.
3. Sumber Daya Manusia yang dimiliki Luna Hijab harus dibekali IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) yang memadai agar mampu mengembangkan bisnis dan membantu meraih tujuan perusahaan.

C. Penutup

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufiq, hidayah, dan inayah kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian tesis ini masih jauh dari ideal, seperti yang disadari oleh peneliti. Saran dan kritik yang membangun selalu diterima peneliti. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

