

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 Jihan Hijab), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran melalui media online dalam meningkatkan pendapatan pada Jihan Hijab Kudus dilakukan melalui tiga tahapan utama yaitu penempatan segmentasi pasar berdasarkan usia remaja, menetapkan pasar sasaran berdasarkan model hijab 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 Jihan hijab berdasarkan usia. Penetapan pasar sasaran merupakan kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu usaha. Langkah pertama penetapan pasar sasaran jihan hijab kudus adalah mengembangkan metode penilaian atas daya tarik segmen dengan melihat postingan model hijab manakah yang paling banyak *dicomment* atau dipesan. Penempatan produk mencakup kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan menetapkan bauran pemasaran yang terperinci. Pada hakekatnya Penempatan produk adalah tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar tercipta kesan tertentu diingatan konsumen. Jihan hijab kudus menempatkan produknya sebagai produk hijab yang nyaman dipakai dengan bahan yang berkualitas, namun

dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan namun khususnya kalangan remaja.

2. Kendala strategi pemasaran melalui media online dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus Jihan hijab) adalah tingginya persaingan dengan sesama produsen Hijab terlebih dari Brand Hijab yang sudah terkenal, sehingga customer sering membandingkan produk dan harga Jihan Hijab dengan produk hijab lainnya, kendala lain yang dialami yaitu pengambilan atau gambar yang dicopy pihak lain kemudian digunakan dan diakui sebagai produksinya.
3. Solusi Jihan Hijab dalam mengatasi kendala strategi bisnis online 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 Jihan Hijab pada setiap gambar yang kami posting.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian penulis mengenai analisis strategi pemasaran melalui media online dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus Jihan Hijab) 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 Jihan Hijab), peneliti hanya melakukan analisis ditinjau dari manajemen pemasaran, belum mencakup

analisis ditinjau dari manajemen strategi dan manajemen sumber daya manusia.

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 analisis strategi pemasaran melalui media online dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus Jihan Hijab).
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.

D. 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*.