BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penilitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam meningkatkan omzet penjualan melalui media sosial facebook adalah dengan melakukan segmentasi pasar, menetapkan pasar sasaran, penentuan posisi pasar (*positioning*), bauran pemasaran dan mengunakan testimoni dari pelanggan.
2. Kendala-kendala yang selama ini dialami oleh UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek dalam melakukan strategi pemasaran melalui media sosial facebook yaitu: a). kendala internal meliputi: 1. terbatasnya ketersediaan produk, 2. kurangnya pengetahuan dan kemampuan dalam bidang desain tampilan, editing dan fotografi dalam penggunaan media sosial, b) kendala eksternal meliputi 1. persaingan, 2. pengambilan gambar produk (plagiat) oleh pihak lain, 3. penipuan yang dilakukan calon konsumen.
3. Solusi yang dilakukan UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek untuk mengatasi: a) kendala internal: 1. melakukan sistem pesanan, 2. belajar secara otodidak melalui media youtube, b) kendala ekternal: 1. memberikan harga yang terjangkau dengan menggunakan bahan yang berkualitas, lebih kreatif dan memberikan pelayanan yang terbaik, 2. memberikan tanda tulisan kayana

karunia disetiap gambar yang diposting, 3. meminta terlebih dahulu sebagian harga yang ditawarkan.

B. Saran

1. Bagi Pemilik UD. Mebel Kayana Karunia
   a. UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek hendaknya memperluas usaha mebel dengan menambah cabang di berbagai daerah. Karena mengingat konsumennya dari berbagai luar kota, agar konsumen mudah untuk menjangkaunya.
   b. Sering mengadakan promo agar masyarakat lebih tertarik untuk belanja di UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek.
   c. Seharusnya pihak UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek mencatumkan harga disetiap produk yang diposting, agar seseorang lebih tertarik dengan harga yang ditawarkan.
   d. Memperluas pemasaran dengan menggunakan media pemasaran yang memberikan jasa sebagai tempat untuk berjual beli seperti, instagram, Bukalapak, Tokopedia, sehingga akan memperluas jangkauan pemasaran produk.
   e. Hendaknya menambah jumlah karyawan agar dalam pelayanan dapat maksimal. Dengan menambah karyawan dapat mengoptimalkan ketersediaan produk dan pengiriman yang lebih cepat yang telah dipesan konsumen.

2. Bagi Perpustakaan IAIN Tulungagung

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan. Serta diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dan dokumentasi bagi pihak perpustakaan sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang terutama bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya jurusan Ekonomi Syariah. Selain itu, diharapkan pihak perpustakaan lebih menambah referensi, baik dalam bentuk jurnal, buku, atau yang lainnya tentang strategi pemasaran melalui media sosial.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti.