

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari data yang telah dikumpulkan, dan diolah serta dilakukan analisis data maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Manajemen pemasaran *online* pada usaha Cokelat Turqy sejauh ini sudah terlaksana dengan baik, pemilik usaha telah menerapkan 4 fungsi manajemen dalam kegiatan pemasaran *online*, mulai dari proses perencanaan hingga proses pengawasan. Upaya yang dilakukan pemilik usaha dalam meningkatkan penjualan Cokelat Turqy yaitu dengan menerapkan pemasaran *online* menggunakan *social media marketing* (SMM) dengan melakukan promosi melalui media sosial *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp Business*. Namun untuk kegiatan pemasaran di *Instagram* masih belum berjalan secara maksimal. Sedangkan *Content marketing* yang mereka terapkan untuk kegiatan promosi yaitu berupa vidio produk, vidio kegiatan produksi, foto produk serta poster produk Cokelat Turqy yang kemudian diunggah di sosial media sebagai bahan promosi. Sedangkan untuk *website* bisnis pada usaha Cokelat Turqy saat ini masih belum ada karena masih terkendala di SDM.
2. Manajemen pemasaran *online* dalam meningkatkan penjualan usaha Cokelat Turqy ditinjau dari *marketing* syariah telah dilakukan dengan baik, karena pada kegiatan pemasaran usaha Cokelat Turqy telah menerapkan pemasaran yang baik sesuai syariat Islam dengan menerapkan 4 karakteristik dalam *marketing* syariah diantaranya yaitu *rabbaniyah* (ketuhanan) dengan

menerapkan sikap adil dalam membagi tugas dan tanggung jawab kepada karyawan, jujur dalam penyampaian informasi mengenai produknya, dan amanah dalam aktivitas pemasarannya. *Akhlaqiyyah* (etis) dengan memberikan pelayanan yang baik dan menggunakan bahasa yang santun ketika berkomunikasi dengan pelanggan tanpa membedakan status sosialnya. *Al-Waqi'iyah* (realistis) dengan melakukan promosi sesuai kualitas produknya tanpa melebih-lebihkan, dan yang terakhir *Insaniyah* (humanistik) dengan tidak menjelek-jelekkkan produk pesaing, dan menghindari hal-hal yang dapat merugikan orang lain.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pemilik usaha diharapkan untuk lebih memaksimalkan kegiatan pemasaran *online* Cokelat Turqy, yang mana tidak hanya fokus pada sosial media *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp* saja namun, bisa juga menambah dengan melakukan promosi melalui *TikTok* atau bisa juga memanfaatkan *marketplace* misalnya *Shopee*.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada manajemen pemasaran *online* dalam meningkatkan penjualan saja, sehingga untuk peneliti selanjutnya di sarankan untuk mencoba menggali informasi yang lebih luas bisa terkait pengembangan produk, manajemen keuangan atau manajemen produksi yang diterapkan oleh usaha Cokelat Turqy.