

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti di Konveksi Hijab Mahima maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19 melalui media sosial pada Konveksi Hijab Mahima yaitu dengan menentukan posisi pasar (positioning) menciptakan image yang baik dengan mengutamakan kualitas bahan namun harga tetap terjangkau, lalu (targeting) yakni berdasarkan hijab yang paling banyak dipesan dan di comment serta selalu merestock produk yang best seller. Konveksi Hijab Mahima juga menggunakan bauran pemasaran meliputi strategi produk, strategi harga, strategi tempat/distribusi dan strategi promosi.
2. Kendala strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19 melalui media sosial pada Konveksi Hijab Mahima adalah kendala internal : Pertama, kurangnya kemampuan dalam desain tampilan dan penggunaan media sosial. Kedua. strategi promosi yang kurang karena hanya fokus di WhatsApp dan Instagram saja. Kendala eksternal : Pertama, kenaikan harga kain dan kebutuhan menjait lainnya sehingga mengakibatkan berkurangnya jumlah produksi, Kedua, banyaknya pesaing baru.

3. Solusi Konveksi Hijab Mahima dalam mengatasi kendala strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19 melalui media sosial yaitu dengan mengatasi kendala internal yakni dengan belajar secara otodidak melalui media YouTube dan memperbanyak media promosi untuk mengatasi kurangnya strategi promosi di media sosial seperti Instagram dan WhatsApp seperti menggunakan media cetak untuk memperluas wilayah pemasaran. Selanjutnya untuk mengatasi kendala eksternal yaitu dengan membeli kain atau bahan untuk menjahit di toko yang lebih murah dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan menggunakan bahan yang berkualitas.

## **B. Saran**

1. Untuk melakukan penelitian yang akan datang diharapkan memperpanjang waktu penelitian. Dengan melakukan penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang diharapkan akan dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai strategi pemasaran menggunakan Instagram dan WhatsApp dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi pada Konveksi Hijab Mahima.
2. Untuk akademik, penelitian ini diharapkan dapat di gunakan sebagai referensi bahan dan informasi tentang strategi pemasaran .
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan juga memperhatikan analisis ditinjau dari manajemen strategi dan manajemen sumber daya manusia sehingga diketahui apakah strategi diketahui apakah strategi tersebut sudah benar apa belum.