

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari adanya uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran melalui aplikasi tiktok yang diterapkan oleh usaha bakery perutlapar.idd dalam meningkatkan penjualan produk adalah sebagai berikut:

1. Usaha bakery perutlapar.idd menggunakan aplikasi tiktok sebagai media pemasarannya, hal tersebut dilakukan karena penggunaan aplikasi tiktok meningkat disetiap tahunnya. Peningkatan pengguna tiktok terjadi pada tahun 2021-2022 ketika pandemic covid-19 melanda yang menyebabkan seluruh kegiatan dilakukan secara jarak jauh dengan artian penggunaan ponsel semakin meningkat, kemudian kegiatan jual beli tidak dapat dilakukan secara langsung. Hiburan yang didapatkan pada saat itu pun hanya melalui ponsel, sehingga menurut data business of apps tiktok diunduh sebanyak 3,3 miliar oleh pengguna internet. Hal tersebut membuat pemilik usaha bakery memikirkan bahwa ada peluang untuk mempromosikan produknya lewat aplikasi tiktok. Sehingga produk yang dipromosikan dapat dikenal tidak hanya disidoarjo saja tetapi bisa sampai diluar daerah sidoarjo. Menurut pemilik usaha bakery, adanya aplikasi tiktok dapat memudahkan pemilik usaha untuk memperluas jaringan pemasaran hingga seluruh daerah diindonesia.

2. Strategi pemasaran melalui aplikasi tiktok dapat meningkatkan penjualan produk. Sesuai dengan paparan data yang telah dijelaskan, peningkatan penjualan produk terjadi ketika pemilik usaha membuat konten tentang produk tersebut. Salah satu contohnya pada bulan September, pembuatan konten dimaksimalkan pada produk tom and jerry cheese dan mille crepes, kemudian dapat dilihat pada tabel 4.2 halaman 54 bahwa penjualan tertinggi terjadi pada produk tom and jerry cheese dan mille crepes namun ada juga produk lain yang dipromosikan namun hanya sebagai pendukung saja. Dapat disimpulkan bahwa pembuatan konten melalui aplikasi tiktok berpengaruh terhadap penjualan produk usaha bakery perutlapar.idd.
3. Strategi pemasaran melalui aplikasi tiktok berdasarkan perspektif pemasaran syariah, pada salah satu konten video usaha bakery perutlapar.idd ini tidak dilakukan secara jujur, ketidak jujuran tersebut terletak pada 4 konten video yang dibuat dan sebagian besar video mengatakan bahwa penjualan laku ratusan pcs dalam 1 harinya dan pada keadaan nyatanya hal tersebut tidak terjadi, produk laku perharinya dalam hitungan puluhan saja. Dengan adanya hal tersebut maka, promosi dikatakan tidak jujur dan tidak sesuai dengan prinsip pemasaran syariah yang harus berkata jujur dalam kegiatan jual beli. Namun disamping hal tersebut usaha bakery perutlapar.idd memiliki keunggulan tersendiri yang diantara mulai dari cita rasa yang khas, tampilan produk yang menarik,

harga, keunikan, sikap pemilik usaha dan karyawan yang ramah terhadap customer dan lain sebagainya.

B. Saran

Pada saat melakukan penelitian ini ada beberapa poin yang harus dibenahi oleh usaha bakery Perutlapar.id, dengan ini saya memberikan sedikit saran saya kepada owner Perutlapar.id diantaranya :

1. Dalam pembuatan konten video pada aplikasi tiktok disarankan untuk lebih memperhatikan kalimat yang disampaikan dan harus sesuai dengan keadaan yang ada, agar dapat meningkatkan kepercayaan pembeli pada usaha bakery Perutlapar.id.
2. Pada usaha bakery Perutlapar.id disarankan agar terus menjaga kualitas pada produknya mulai dari rasa maupun tampilan, untuk meningkatkan penjualan dan rasa puas di konsumen.