

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap Nymaz Hijab mengenai peran strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran yang Digunakan Nymaz Hijab

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Nymaz Hijab yaitu dari segi produk dengan memperhatikan kualitas dan selalu *up to date* produk-produk baru dari Nymaz Hijab. Penetapan harga produk Nymaz Hijab sendiri mengikuti harga produk dari pusat dengan mempertimbangkan biaya-biaya lainnya. Promosi yang dilakukan lebih aktif secara *online* dengan menggunakan sosial media seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Namun pada Nymaz Hijab belum sepenuhnya memperhatikan pemilihan pasar dimana dapat menentukan target pasarnya.

2. Peran Strategi Pemasaran Nymaz Hijab dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Nymaz Hijab selain pengoptimalan promosi melalui sosial media, pemilik usaha juga melakukan adanya *sale* produk untuk menarik minat konsumen.

Strategi pemasaran yang diterapkan tersebut mampu meningkatkan omzet penjualan setiap bulannya. Hal tersebut dapat diketahui melalui data yang sudah didapatkan oleh peneliti omzet penjualan Nymaz Hijab pada tahun 2022-2023 mengalami kenaikan. Tentu kondisi ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dilakukan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka terdapat saran dari peneliti agar dijadikan sebagai bahan evaluasi pada Nymaz Hijab maupun pada penelitian selanjutnya. Adapun saran tersebut sebagai berikut:

1. Bagi Nymaz Hijab

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti pada Nymaz Hijab menyatakan bahwa strategi pemasaran sangat penting dalam meningkatkan omzet penjualan, sebab dengan adanya strategi pemasaran yang tepat maka dapat lebih menarik banyak konsumen serta dapat meningkatkan penjualan produk secara maksimal. Oleh karena itu, pada Nymaz Hijab diharapkan untuk lebih mengoptimalkan dalam menerapkan strategi pemasaran guna meningkatkan omzet penjualan dengan melihat kondisi kekuatan dan kelemahan sehingga dapat mengetahui apakah strategi yang diterapkan sudah tepat sasaran. Serta memaksimalkan kegiatan promosi yang diterapkan baik melalui *online* maupun *offline*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya dapat lebih mengembangkan lagi dari penelitian yang sudah dilakukan ini yaitu diharapkan dapat mengembangkan

penelitian di bidang pemasaran dan dapat menggali faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi peningkatan omzet penjualan serta menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Faktor-faktor yang bisa diambil antara lain adalah adanya penawaran khusus kepada konsumen, fokus pengoptimalan layanan konsumen dan pengoptimalan pemasaran digital.