

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran melalui media social yang dilakukan medyna hijab dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan selalu melakukan *pengaploudan* produk foto ataupun video di akun Instagram medyna hijab. Medyna hijab dalam memasarkan produknya melalui Instagram dengan memaksimalkan fitur *reels* dengan membuat konten-konten video yang menarik mulai dari video referensi OOTD, video tiktok, video tutorial, video parodi serta video tentang produk-produk dari medyna. Selain itu medyna selalu hal tersebut agar para followers medyna hijab tidak merasa bosan dan merasa penasaran terhadap produk-produk medyna hijab yaitu membuat *instastory* atau postingan *game* ataupun tebak-tebakan. Untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas, medyna hijab juga menggunakan system *endoersment* pada selebgram untuk mempromosikan produknya. Medyna hijab juga selalu memberikan promo-promo dan potongan harga yang menarik pada saat *event-event* tertentu. Medyna hijab juga melakukan system *endorsment* beberapa selebgram agar produknya semakin banyak dikenal masyarakat luas dan dapat meningkatkan penjualan.

2. Strategi pemasaran melalui media social instaram pada medyna hijab dalam meningkatkan penjualan ditinjau dari *syariah marketing* adalah secara keseluruhan pemasaran yang dilakukan Toko Medyna Hijab sudah sesuai dengan karakteristik *syariah marketing* yang terdiri dari Teitis (*Rabbaniyyah*), Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*Al-Waqi'iyah*), dan Humanistis (*Al-Insaniyyah*). Dari segi Teitis (*Rabbaniyyah*) nya medyna hijab selalu menawarkan produknya dengan keadaan yang sebenarnya tanpa adanya kebohongan dan selalu menggunakan gambar realpict yang diambil oleh para karyawannya sehingga tidak adanya perbedaan pada gambar dan aslinya, hal tersebut sesuai dengan karakteristik Etis (*Akhlaqiyyah*). Dalam mengunggah foto atau video produk medyna hijab juga selalu menggunakan Bahasa yang sopan dan santun serta menjelaskan secara detail dan transparan serta tidak pernah membedakan konsumen, sehingga hal tersebut sesuai dengan karakteristik *syariah marketing* yaitu Realistis (*Al-Waqi'iyah*) dan Humanistis (*Al-Insaniyyah*).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan masukan, yakni sebagai berikut:

1. Medyna hijab harus tetap menjaga dan mempertahankan kualitas produknya agar konsumen merasa puas dan tidak berpindah pada produk pesaing. Serta mampu meningkatkan promosi dengan lebih baik lagi agar

mampu menarik para konsumen untuk menjadi *reseller* medyna hijab agar penjualan medyna hijab semakin meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian lebih jauh lagi terkait dengan strategi pemasaran dan *marketing syariah*. Penelitian ini hanya berfokus pada penerapan strategi pemasaran melalui instagram sehingga penting untuk dilakukan pengembangan terhadap penelitian ini dengan menggunakan indikator yang berbeda sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik dan mendalam agar dapat menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya.