

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan terhadap data-data yang diperoleh dalam penelitian, dapat disimpulkan sebagaiberikut:

1. Mubin Kebon Cupang salah satu usaha pembudidayaan ikan cupang yang menggunakan media sosial *facebook* sebagai sarana pemasaran. Faktor pendorong Mubin Kebon Cupang menggunakan media *faceboo* sebagai sarana pemasaran dikarenakan media *facebook* sangat mudah pengoperasiannya, penggunaanya banyak, memiliki fitur-fitur untuk pemasaran, dapat berkomunikasi secara intensif dengan pembeli dan jangkauan pasar lebih luas lagi. Berdasarkan itulah pemilik Mubin Kebon Cupang menggunakan media sosial *facebook* sebagai sarana pemasaran dalam meningkatkan penjualan ikan cupangnya.
2. Dalam peningkatan penjualan dapat dilihat peran suatu media pemasaran yang digunakan mempengaruhi penjualan. Hasil total penjualan di Mubin Kebon Cupang tahun 2018 sebelum memakai *facebook* Rp. 40.800.000 dan hasil total penjualan tahun 2019 setelah memakai *facebook* Rp. 91.000.000 dan pada tahun 2020 total penjualannya Rp. 174.500.000. Peningkatan penjualan sangat meningkat drastis dari yang sebelumnya setelah pemilik Mubin Kebon Cupang menggunakan media sosial *facebook* dengan efektif sehingga *facebook* sangat berperan untuk meningkatkan penjualannya.

B. Saran

1. Pengusaha perlu senantiasa mengembangkan usahanya terlebih untuk melengkapi jenis-jenis ikan cupangnya dan membuat ikan yang berkualitas sehingga bisa memperluas pasarnya ke luar negeri serta menanbahkan sarana pemasarannya tidak hanya *facebook* tapi juga media sosial lainnya.
2. Kepada semua pihak yang akan membuat penelitian dengan mengangkat kasus yang sejenis, diharapkan mampu untuk memberikan dan menyajikan hasil yang lebih mendetil dan lebih lengkap lagi agar hasil penelitian dapat dipergunakan untuk pengembangan ilmupengetahuan yang telah ada. Penelitian yang lebih lanjut, diharapkan pula untuk bisa lebih mewakili kebutuhan dari semua pihak yang bersangkutan.