

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti uraikan, dalam melakukan strategi pemasaran, *Indahjeje\_* sangat memperhatikan waktu yang tepat untuk memposting produknya, salah satunya adalah pada saat jam istirahat, dikarenakan target pasarnya sebagian besar dari mayoritas mahasiswa dan anak kos-kosan yang dimana keseringan dari mereka banyak yang aktif menggunakan media sosialnya pada waktu tersebut. Selain itu, *Indahjeje\_* menerapkan strategi bauran pemasaran 4P dalam meningkatkan tingkat penjualannya. Penerapan strategi bauran pemasaran 4P ini bertujuan untuk menarik minat pembeli. 4P tersebut terdiri dari produk (*Product*), Harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*).

Secara umum, segmentasi dari *Indahjeje\_* ini adalah mahasiswa dan anak kos-kosan akan tetapi tidak menutup kemungkinan untuk semua kalangan masyarakat karena produk yang dijual oleh *Indahjeje\_* ini adalah alat-alat rumah tangga, alat-alat kosmetik, dan fashion pakaian dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang dijual.

Berdasarkan dari data penjualan *Indahjeje\_* tahun 2021 mulai dari bulan Januari sampai bulan Mei yang berhasil menjual 2.320 produk dengan total penjualan sebesar Rp104.96.000,00. dengan omset 30 juta perbulan merupakan suatu prestasi yang luar biasa. Dalam hal ini kemajuan teknologi komunikasi itu dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa sebagai peluang dalam melakukan bisnis online.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti akan memaparkan beberapa saran dengan harapan dapat menjadi masukan yang baik untuk objek penelitian. Adapun saran yang ingin peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. *Indahjeje\_* untuk lebih mempertahankan peningkatan penjualannya, baik dari segi mempromosikan produk serta meningkatkan kualitas produk yang dijual guna untuk menarik kepercayaan dari konsumen dan selalu mencari inovasi-inovasi terbaru agar menimbulkan ketertarikan konsumen pada inovasi produk tersebut.
2. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, dan peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat menjadi panduan bagi mahasiswa lain baik itu yang sedang menjalankan bisnis online maupun yang akan menjalankannya agar bisa memahami bagaimana strategi pemasaran melalui media Instagram yang dilakukan *Indahjeje\_* ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Aminah, S. Roikon. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif Ilmu Politik*. Jakarta Timur: Kencana.
- Assauri, S. (2015). *Strategi Marketing*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Butterick, K. (2013). *Pengantar Public Relation*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangera, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Durianto.Darmadi.Dkk. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Febrian, J. (2005). *Menggunakan Internet*. Bandung: Informatika Bandung.
- Feriyanto, A. Endang, S. (2015). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: MEDIATERA.
- Fitrah, M. Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Erisman, A. Azhar, A. (2012). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Harrison, L. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Hery.(2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Terjemahan Oleh Hendra Teguh*. Jakarta: Prihallindo.
- Mufid, M. (2010). *Komunikasi dan regulasi penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Nasirin, C. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Aynat Publishing.
- Penuju, R. (2009). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Poernomo, H. U. (1996). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Poerwadarminto.(2014). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Prastowo, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

Suyanto, B. Sutinah. (2008). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana.

Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sinda, A. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.

Sugiono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA

Sukardi. (2008). *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Subroto, B. (2011). *Pemasaran Industri*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Widjaja. (2010). *Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Wibowo, L. A. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: ALFABETA.

#### **INTERNET**

Sejarah Instagram (On-Line) tersedia di: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.  
20 Juni 2021).

Jurnal Communication Vol. 4 No. 2 Oktober 2013.

#### **WAWANCARA**

Indah Januarti. *Owner Indahjeje\_*. Wawancara tanggal 24 Juni 2021.

Mayang Puspitasari. *Konsumen Toko Online Indahjeje\_*. Wawancara tanggal 27 Juni 2021.

Lilik Dahlia. *Konsumen Toko Online Indahjeje\_*. Wawancara tanggal 27 Juni 2021.

Ririn Apriani. *Konsumen Toko Online Indahjeje\_*. Wawancara tanggal 03 Juli 2021.

Sartika. *Konsumen Toko Online Indahjeje\_*. Wawancara tanggal 03 Juli 2021.

Hartati. *Konsumen Toko Online Indahjeje\_*. Wawancara tanggal 03 Juli 2021.

## LAMPIRAN

### HASIL WAWANCARA OWNER dan NARASUMBER

Nama Owner : Indah Januatri  
Waktu : Kamis, 24 Juni 2021  
Lokasi : Gudang Indahjeolshop Mataram

Pertanyaan	Jawaban
<p>Pada tahap melakukan strategi komunikasi, apa saja yang menjadi faktor penghambat dan pendukung di masa pandemi ini?</p>	<p>Dalam jualan online pasti ada yang namanya faktor penghambat dan pendukung. Dari pendukung dulu ya, nah salah satu yang menjadi faktor pendukung dalam bisnis online ini adalah, <i>Pertama</i>, Banyaknya fitur-fitur di instagram yang memudahkan saya untuk melakukan promosi penjualan produk seperti adanya <i>hashtags</i> yang mempermudah para calon pembeli untuk mencari apa yang mereka inginkan. Terus yang <i>kedua</i>, Adanya endorsment yang lebih mempermudah stok barang yang saya jual cepat laris dan produk yang saya jual InsyaAllah memiliki kualitas yang bagus. Meskipun strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan endorsmen sangat baik, tetapi tanpa</p>

	<p>produk yang baik dan memuaskan para konsumen, maka strategi komunikasi endorsmen dianggap gagal. Untuk faktor penghambatnya terutama di musim covid ini yaitu Proses pengiriman barang dari luar daerah dibatasi, jadi pengiriman barang dari suplayer luar kota agak lama karena pembatasan PSBB di beberapa wilayah. Jadi untuk sekarang itu aja sih yang jadi faktor pendukung dan penghambatnya.</p>
--	---

Narasumber 1 ( salah satu langganan *Indahjeje\_*)

Nama : Mayang

Waktu : Ahad, 27 Juni 2021

Lokasi : Kos

Pertanyaan	Jawaban
<p>Apa yang membuat anda sampai tertarik untuk belanja di olshop <i>Indahjeje_</i>?</p>	<p>Yang buat saya tertarik belanja di <i>Indahjeej_</i> itu yang <i>pertama</i>, produk yang dijual oleh <i>Indahjeje_</i> itu sebelumnya belum pernah saya temui ada di tokoh-tokoh besar ataupun di tokoh biasa misalnya kayak panci</p>

	<p>elektrik, dan saya baru pertama kali liat produk tersebut ada di <i>Indahjeje_</i>, kebetulan kos saya juga dekat dengan gudang tempat menaruh barangnya, dan saya juga akun Instagramnya <i>Indahjeje_</i>, jadi setiap ada produk-produk terbaru di posting oleh <i>Indahjeje_</i> saya selalu update apalagi yang di posting oleh <i>Indahjeje_</i> itu hampir menjadi kebutuhan saya di kos, dan saya juga karna sibuk kuliah, pas pulang dari kampus pasti lelah apalagi kos saya lumayan jauh dari kampus, jadinya saya jarang banget yang namanya masak mungkin bisa di bilang saya masaknya pas hari libur saja, semenjak saya tau tentang panci elektrik yang di jual sama <i>Indahjeje_</i>, saya langsung beli. Jadi intinya yang buat saya tertarik buat belanja di <i>Indahjeje_</i> sampai jadi langganan dia adalah karna barang yang dijual oleh <i>Indahjeje_</i> itu barang-barang yang lagi trend dan jarang dijual oleh online shop</p>
--	--

	yang lain.
--	------------

Narasumber 2

Nama : Lili

Waktu : Ahad, 27 Juni 2021

Lokasi : Kos

Pertanyaan	Jawaban
<p>Apa yang membuat anda tertarik untuk belanja di <i>Indahjeje_</i>?</p>	<p>Pertama saya Cuma coba-coba belanja di <i>Indahjeje_</i>, soalnya sebenarnya saya gak terlalu suka belanja lewat online karna kadang barang yang saya pesan gk sesuai sama apa yang ada di fotonya, pas saya coba pesan kebetulan pas saya liat di sorotan Instagramnya <i>Indahjeje_</i> disana ternyata yang jual itu perlengkapan rumahtangga, ada baju juga dan lain-lain. kebetulan saya tertarik buat beli meja mini, itu kalau gak salah saya ingat banget akhir januari, ternyata barangnya dikasi harga promo dan gratis ongkir. Pas barangnya sampai saya langsung buka bungkusannya dan hasilnya bagus</p>

	<p>banget, kaki mejanya juga kuat. kualitas barang-barang yang dijual oleh <i>indahjeje_</i> itu kalo menurut saya sudah sesuai dengan harga jualnya. Intinya saya suka bangetb belanja disana, karna kata <i>ownernya</i> tiap akhir bulan mereka selalu ngasi promo ke pembeli.</p>
--	---

Narasumber 3

Nama : Ririn

Waktu : Sabtu, 03 Juli 2021

Lokasi : Rumah

<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
<p>Apa yang membuat kakak tertarik untuk belanja di olshopnya <i>Indahjeje_</i>?</p>	<p>Yang buat saya tertarik untuk belanja di olshopnya kak jeje itu karna dia jual barang yang serba ada khususnya untuk peralatan rumah tangga misalnya kayak pemanggang portable, rak piring, rak bumbu dapur dan lain-lain. Jadi kita gk perlu repot-repot untuk pergi ke tokonya untuk memilih barang-barang yang kita mau, tinggal kita pilih barang yang mau</p>

	<p>disorder nanti langsung diantar sampai depan rumah sama kurirnya. produk yang dijual sama kak jeje juga bener-bener bagus banget sudah banyak juga testimony dari para pelanggannya yang di posting di sorotan instagramnya. Makanya saya suka belanja di olshopnya kak jeje.</p>
--	--

Narasumber 4

Nama : Sartika

Waktu : Sabtu, 03 Juli 2021

Lokasi : kos

<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
<p>Apa yang buat kakak tertarik untuk belanja di olshopnya kak Indahjeje_?</p>	<p>Pertamanya saya Cuma jadi penonton storinya aja, tapi ada teman saya yang beli celana sama tas, dari gambarnya jga bagus pas nyampenya juga bagus banget makanya saya tertarik untuk belanja di olshopnya kak jeje, dan barang yang saya beli itu tirai untuk pasang di pintu kamar sama celana jeans. Pas barangnya sampe</p>

	Alhamdulillah saya gak kecewa dan itu sudah sangat memuaskan banget. Itu aja sih untuk saat ini yang buat saya tertarik sama olshopnya kak <i>Indahjeje_</i> .
--	--

Narasumber 5

Nama : Tati

Waktu : Sabtu, 03 Juli 2021

Lokasi : Rumah

Pertanyaan	Jawaban
<p>Apa alasan yang buat kakak tertarik belanja di olshopnya kak <i>Indahjeje_</i>?</p>	<p>Alasan yang membuat saya tertarik belanja di olshopnya <i>Indahjeje_</i> itu yang <i>pertama</i>, kualitas dari setiap produknya bagus, terus yang <i>kedua</i>, setiap akhir bulan selalu diadakan promo, klo gak promo ya di gratisin ongkir. Itu yang buat saya tertarik. Karena konsisten setiap akhir bulan tetap ada aja produknya yang promo sama gratis ongkir.</p>

**LAMPIRAN**  
**FOTO DOKUMENTASI**



Gambar 1. Dokumentasi dengan Owner *Indahjeje\_*



Gambar 2. Wawancara online dengan narasumber Mayang Puspitasari



Gambar 3. Wawancara Online dengan narasumber Lili Dahlia



Gambar 4. Wawancara Online dengan narasumber Ririn Apriani



Gambar 5. Wawancara Online Dengan narasumber Sartika



Gambar 6. Wawancara online dengan narasumber Hartati



Gambar 7. Dokumentasi dengan Bagian *Packing* barang



Gambar 8. Dokumentasi dengan Kurir *Indahjeje*\_



Gambar 9. Dokumentasi dengan Konsumen *Indahjeje\_*



Gambar 10. Dokumentasi dengan Konsumen *Indahjeje\_*

**Dokumentasi Peneliti Pada Saat Melakukan Observasi di Gudang**

*Indahjeje\_*







