

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di atas mengenai strategi komunikasi pemasaran online produk UMKM di Lombok Orchid kota Mataram dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi dan pemasaran Lombok Orchid Kota Mataram dalam meningkatkan jumlah konsumen. Produk merupakan suatu yang ditawarkan Lombok Orchid untuk menarik konsumen sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dalam suatu pengenalan produk. Produk adalah bagian terpenting dalam melakukan sebuah promosi karena produk yang nantinya akan dipasarkan ke calon pembeli, tentunya jenis produk merupakan bagian penting yang akan di pasarkan melalui *website* dan media sosial Lombok Orchid untuk menarik perhatian calon konsumen. Adapun beberapa strategi yang dilakukan oleh Lombok Orchid yaitu melakukan: pembagian pemasaran (*segmentasi market*), posisi pemasaran (*marketing positioning*), sasaran penjualan (*Targeting*).
2. Lombok Orchid adalah bisnis yang memiliki pemasaran dibidang penjualan tanaman anggrek, dalam perjalanan karirnya Lombok Orchid saat ini mempunyai faktor yang menghambat proses pemasaran yaitu, sebagian barang masih disupport dari luar kota, dan saat ini sedang berusaha untuk mengoptimalkan hasil dari pulau

sendiri namun masih belajar untuk membangun sistem, selain itu juga keterlambatan dalam mempersiapkan team. Selain itu juga terdapat hambatan lain yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat akan teknologi digital atau internet. Hal ini juga disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan edukasi dari pemerintah tentang manfaat internet kepada masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Lombok Orchid harusnya melakukan strategi pemasaran online dengan lebih intens dan lebih kreatif dalam postingan-postingan produknya di laman sosial media Lombok Orchid. selain itu website Lombok Orchid harus lebih dimaksimalkan dalam pengelolannya agar dapat lebih detail dan *up to date* terkait informasi produkproduk Anggrek yang dimiliki.
2. Untuk pihak Lombok Orchid kedepanya agar menambah jumlah karyawan dan lebih memperhatikan hal-hal yang bisa membuat pemasarannya merosot jika ada hambatan yang dialami. diharapkan juga Lombok Orchid dapat membangun kerjasama dengan pemerintah agar dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang ditargetkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Afika P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba* (Laksana. Yogyakarta. 2014)
- Alila Pramiyati, *Studi Kelayakan Bisnis untuk UKM* (Yogyakarta: Media Presindo, 2008)
- Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016)
- Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Rosdakarya, 2008) .
- Febra Robiyanto, *Akuntansi Praktis untuk Usaha Kecil dan Menengah*, (Studi Nusa Semarang, 2004)
- Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)
- Helsen, Kotabe Maasaki Dan Kristian. 2001. *Global Marketing Management Second Edition 2001*
- John E, Kennedy dan R. Dermawan Soemanegara, *Marketing Communication : Taktik dan strategi*,
- Lexy.J.Moleong, *metodologi penelitian kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya, 2004)
- Kotabe Maasaki Dan Kristian Helsen, *Global Marketing Management Second Edition 2001*
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Prenada Media Group, Jakarta, 2010)
- M. Husni Mubarak, *Pengantar Bisnis*, STAIN, Kudus, 2009
- Philip Kotler & Keller, K.L , *Marketing Management 14th Edition*, (New Jersey: Pearson Education, Inc. 2012), h. 498 alih bahasa oleh Drs. Alexander SindoroSindo
- Philip Kotler & Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing 7e*, (Prenhalindo, Jakarta, 1997) h. 250, alih bahasa oleh Drs. Alexander Sindoro

Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2,(Salemba Empat, Jakarta, 2009)

Rachmat Kriyanto, Public Relations Writing : Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat, (Jakarta:PT. Kencana Media Group,2008)

Radiosunu, 2001, Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis. Yogyakarta: BPF.

Roudhonah, Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Atma Kencana Publishing, 2013), cet. ke-1,

Sugiono,*Metode Penelitian Pendidikan;Pendidikan Kuantitatif, Kualitatifdan R&D* (Cet.VI, Bandung; Alfabeta, 2008)

Suharsini Arikunto,*Produser Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. BinaAksara, 1989)

Sugeng Pujileksono,*Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (CetII; Malang; Intrans Publishing, 2016)

Sutisna, 2003, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, (Bandung:Remaja Rosdakarya)

Tjetjep Rohend Rohidi, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Penerbit UI; 1992),

Jurnal:

Hendrawan, Rully Agus, et al. "Discovery Shopping eCommerce untuk Meningkatkan Pengalaman Pelanggan pada UMKM Produk Tanaman Herbal, Sayuran, dan Alat Berkebun." *Sewagati* 6.6 (2022): 655-671.

Tejo, Nurseto, "Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh" dalam jurnal *Ekonomi & Pendidikan* Vol.1 No.1 Februari 2004

Internet:

www.kemenperin.go.id/artikel/14200/ Kontribusi- UMKM-Naik diakses pada Senin 1 Agustus 2022 pukul 16.45

Wawancara

Wawancara dengan Indah Trisnawati, (Owner Lombok Orchid), di Mataram, Pada Tanggal 24 November 2022



Lampiran 1. Surat keterangan penelitian



LOMBOK ORCHID

HP/WA : 087865870007

Jln. Baru Dakota, Rembige Selaparang Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat

Email: lombokorchid2728@gmail.com, Facebook: Lombok Orchid New

NPWP : 47.032.505.1-911.999

Nomor : 01/ORC/III/23

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Pimpinan Lombok Orchid Kota Mataram, dengan ini menyatakan:

Nama : Faisal Bakri
NIM : 717130001
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Lembaga : Universitas Muhammadiyah Mataram

Menyatakan bahwa memang benar mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian di Lombok Orchid dari tanggal 15 Januari 2023 sampai dengan tanggal 21 Januari 2023.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mendukung penulisan karya tulis ilmiah yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk UMKM Di Lombok Orchid Kota Mataram”**

Demikian keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mataram, 06 Maret 2023
Pimpinan Lombok Orchid



Pujivanto Surahman

Lampiran 2. Lembar konsultasi skripsi



UNIVERSITAS MUHAMMADYAH MATARAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jln. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Telp (0370)633723 Fax (0370)641906

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Faisal Bakri
NIM : 71710001
Program Studi : Komunikasi penyiar islam
Judul Skripsi : Strategi komunikasi pemasaran online produk UMKM di Lombok Orchid Kota Mataram
Dosen Pembimbing I : **Mappanyompa, MM.,M.Pd.I**

No	Tanggal	Materi	Paraf Pembimbing
1.	10/02/2023	- Perseles Ouder - Rapskan foto	
2.	22/02/2023	- Perbaikan Referensi	
3.	25/02/2023	- Tambah halaman	
4.	28/02/2023	- kata pengantar	
5.	06/03/2023	Acc	

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Endang Rahmawati, M.Kom.I
NIDN. 0802018802

Dosen Pembimbing I

Mappanyompa, MM.,M.Pd.I
NIDN. 0819098301



UNIVERSITAS MUHAMMADYAH MATARAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jln. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Telp (0370)633723 Fax (0370)641906

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Faisal Bakri
NIM : 71710001
Program Studi : Komunikasi penyiar islam
Judul Skripsi : Strategi komunikasi pemasaran online produk UMKM di Lombok Orchid Kota Mataram
Dosen Pembimbing I : Nurliya Ni'matul Rahmah, M.Kom.I

No	Tanggal	Materi	Paraf Pembimbing
1.	4/20/2022	- selesai skripsi - Pemasaran digital/online	
2.	12/9/2023	- Perbanyak referensi	
3.	1/1/2024	- Penulisan footnote perpara	
4.	10/1/2024	ACC kep. selanjutnya	
5.	-	-	-

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Endang Rahmawati, M.Kom.I
NIDN. 0802018802

Dosen Pembimbing I

Nurliya Ni'matul Rahmah, M.Kom.I
NIDN. 0808098605

Lampiran 3. Dokumentasi penelitian

