

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bab ini penulis akan menyajikan beberapa kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis elemen strategi pemasaran dan strategi pemasaran berbasis shopee pada Toko Ilham Songket Palembang pada Bab IV maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan 5 Elemen Strategi Pemasaran, 4 Elemen Strategi Pemasaran yaitu Pemilihan Pasar, Perencanaan Produk, Penetapan Harga, dan Saluran Distribusi sudah diterapkan oleh Toko Ilham Songket dengan efektif, tetapi pada Elemen Strategi Pemasaran Komunikasi Pemasaran masih belum efektif, hal ini dikarenakan Toko Ilham Songket belum menggunakan fitur berbayar iklan dan belum rutin mengikuti banyak pameran Kain Songket.
2. Strategi pemasaran berbasis Shopee pada Toko Ilham Songket belum efektif, berdasarkan dari 5 Strategi Pemasaran Berbasis Shopee, Toko Ilham Songket baru menggunakan 3 strategi pemasaran pada Shopenya yaitu strategi Banyaknya Promosi untuk Pelanggan, strategi Jaminan Harga Termurah yang diganti dengan jaminan kualitas, lalu strategi Mengikuti *Event*. Toko Ilham Songket belum menggunakan strategi Menggunakan Tren yang Ada dan strategi menggunakan *Brand Ambassador*.
3. Berdasarkan 5 Fitur Penjualan Shopee, Toko Ilham Songket sudah menggunakan fitur Top Pick From Shop, My Voucher, dan My Discount Promotion dengan baik. Pada fitur Shopee Live dan Flash Sale, Toko Ilham Songket belum menggunakannya untuk memaksimalkan pemasaran dan penjualan produk dari Kain Songketnya.

5.2 Saran

1. Toko Ilham Songket harus lebih memperhatikan dan berupaya untuk menggunakan Strategi Pemasaran berbasis Shopee maupun Fitur Penjualan Shopee terkini, dengan melakukan pencarian informasi terkini mengenai Shopee agar dapat mengetahui jika Shopee memberikan fitur terbaru untuk para penjual dalam memasarkan produk Kain Songketnya.
2. Sebaiknya Toko Ilham Songket menerapkan Elemen Strategi Pemasaran Komunikasi Pemasaran dengan lebih efektif, yaitu dengan cara menggunakan fitur berbayar iklan pada media sosial yang digunakan untuk memasarkan produk Toko Ilham Songket dan lebih rutin lagi mengikuti pameran Kain Songket untuk memaksimalkan pemasaran Kain Songket dari Toko Ilham Songket, lalu sebaiknya Toko Ilham Songket menggunakan Strategi Pemasaran Berbasis Shopee dan Fitur Penjualan Shopee yang belum digunakan, seperti Strategi Menggunakan Tren yang Ada, dengan cara memiliki *content creator* khusus yang ahli dalam bidang videografi dan editing untuk ditugaskan dalam memasarkan Kain Songket di media sosial dengan kreatif. Lalu Strategi Menggunakan *Brand Ambassador*, Toko Ilham Songket dapat mengontrak *brand ambassador* khusus seperti selebritis, artis ternama atau influencer agar dapat memasarkan produk Kain Songket di media sosial dengan lebih maksimal. Pada fitur penjualan Shopee, Toko Ilham Songket dapat menggunakan Shopee *Live* untuk memasarkan produk kain songketnya secara langsung yang dapat dijangkau di seluruh daerah agar pemasaran dari Toko Ilham Songket lebih maksimal, serta Toko Ilham Songket sebaiknya mendaftarkan produk Kain Songket Mesin pada fitur *Flash Sale*, karena dengan harga jual Kain Songket Mesin yang tidak terlalu mahal, lebih berpotensi untuk membuat lebih banyak audiens yang tertarik.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menggali lebih dalam mengenai penelitian ini sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas dengan menggunakan metode kuantitatif, sehingga dapat menghasilkan generalisasi secara mendalam. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai inspirasi dan preferensi untuk mengembangkan penelitian yang lebih mendalam dan saling melengkapi antara satu dengan yang lain.