

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian implementasi dari bauran pemasaran yang dilakukan toko Fiego adalah dalam memenuhi kebutuhan konsumen toko Fiego, produk yang disediakan sangat beragam karena mengincar target pembeli yang sedang mengikuti trend yang sedang naik di sosial media atau peminat pada suatu aktris, penyanyi, dan sebagainya. selain itu toko Fiego sangat mengedepankan kualitas dengan tampilan produk yang menarik. Selain produk, penentuan harga berdasarkan dari harga pasaran di *marketplace* Shopee disertai dengan biaya produksi yang dikeluarkan tidak mahal dan juga tidak terlalu murah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan. Untuk mendistribusikan produk tempat pemasaran diperhatikan oleh toko Fiego, dimana tempat pendistribusian online melalui *marketplace* Shopee dengan akun bernama Fiego. Bauran Pemasaran 7P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (saluran distribusi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses) digunakan dalam pemasaran toko Fiego yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk dan mempengaruhi target sasaran untuk membeli produk toko Fiego pada *marketplace* Shopee. Dari fitur-fitur yang ada di Shopee dapat dimanfaatkan sebagai faktor pendukung dari implementasi bauran pemasaran Fiego dalam pemasarannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang sudah dijabarkan penulis, berikut ini saran yang dapat diberikan penulis yang harapannya akan bermanfaat bagi pembaca, peneliti selanjutnya maupun bagi masyarakat dan bagi toko Fiego serta produk-produknya dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga brand awareness yang dibangun mampu melekat dalam benak masyarakat, dan harapannya juga dapat meningkatkan penjualan produk Fiego.

5.2.1 Saran Akademis:

1. Penulis menyadari bahwa masih begitu banyak kekurangan dalam penelitian pemanfaatan *Marketplace* Shopee sebagai media bauran pemasaran untuk online shop Fiego. disarankan untuk penulis sendiri agar penelitian berikutnya di masa yang akan datang, penulis dapat lebih dalam mengkaji sebuah fenomena yang diteliti.
2. Bagi peneliti selanjutnya, saran untuk peneliti selanjutnya kiranya penelitian ini mampu di pahami oleh peneliti selanjutnya, sehingga bisa menjadi referensi dalam melakukan penelitian dikemudian hari, adapun saran dari penulis agar peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam lagi dan mencari banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan sarana dan prasarana dalam memanfaatkan *marketplace* sebagai media bauran pemasaran serta efektivitas proses penjualan.
3. Bagi pembaca, harapannya hasil penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan bauran pemasaran dalam memanfaatkan *marketplace* dan juga sebagai aspek penting dalam dunia bisnis.

5.2.2 Saran Praktis:

1. Bagi objek penelitian UMKM online shop Fiego disarankan untuk kedepannya lebih konsisten lagi dalam menggunakan *marketplace* sebagai alat promosi dalam upaya memaksimalkan bauran pemasaran UMKM online shop Fiego dalam membangun *brand awareness* konsumen sehingga dengan cepat dan mudah dikenal masyarakat luas.
2. Disarankan agar UMKM online shop Fiego tetap menjaga jalinan baik dengan konsumen, sehingga tetap dapat dipercaya. Karena kepercayaan yang didapat dari konsumen sangat berpengaruh terhadap usaha yang dijalani dan dapat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil ketika konsumen menentukan pilihan.

3. Disarankan untuk UMKM online shop Fiego agar menjaga bauran pemasaran yang sudah berjalan sehingga produk-produk yang dijual dapat mencapai target pemasarannya serta meningkatnya pembelian.
4. Bagi masyarakat luas, diharapkan untuk penelitian ini dapat memberikan masukan penelitian kepada masyarakat sekitar dan dapat dijadikan sebagai informasi bagi para pengusaha atau perusahaan dalam meningkatkan pengetahuan yang didapatkan peneliti mengenai bauran pemasaran dalam memanfaatkan *marketplace* kepada konsumen dan membantu proses penjualan terhadap usahanya.

