

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan pembahasan di muka tentang strategi pemasaran brosur pada akun Faulina Kurniati, maka dapat kiranya penulis menyimpulkan sebagai berikut:

Strategi pemasaran brosur melalui akun facebook Faulina Kurniati yaitu dengan cara mengunggah (memasukkan) foto brosur yang mau dipasarkan, kemudian dijadikan album foto. Apabila pengunggahan telah dilakukan maka tindakan selanjutnya yaitu membagikan (share) album foto ke teman facebook Faulina, untuk memaksimalkan dalam pembagian foto, maka tindakan selanjutnya yang tidak kalah pentingnya yaitu menandai (menandai) album foto brosur ke anggota facebooknya. Bauran pemasaran yang digunakan oleh Faulina Kurniati yaitu product, promotion and place.

Pemasaran lewat online dalam perspektif Islam diperbolehkan, karena sistem jual beli online dengan offline tidak jauh beda, yang membedakan disini adalah antara si pembeli dan si penjual tidak saling bertemu melainkan sekedar melalui komunikasi lewat media internet. Transaksi online dibolehkan menurut Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan menurut Islam, khususnya dianalogikan dengan prinsip transaksi As-Salam (bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan), yang terpenting yaitu bentuk, warna, ukuran suatu produk harus sesuai dengan yang dipromosikan.

Selama Faulina melakukan pemasaran di akun facebooknya, ia menjumpai beberapa kendala baik internal maupun external. Kendala yang dihadapi secara internal yaitu ketika pemesan membeludak, stock yang dipesan kosong sedangkan kendala external yaitu pemesan bros lari dari tanggung jawabnya.

## **B. Saran**

Melalui penulisan karya ilmiah ini ada beberapa saran yang ingin penulis kemukakan antara lain:

1. Intropeksi diri sendiri yang dilakukan oleh suatu perusahaan sangatlah perlu dilakukan agar dapat meningkatkan kinerja manajemen yang tidak kalah dalam menghadapi perubahan dimensi.
2. Hendaknya Akun Faulina Kurniati benar-benar bisa melayani dan memberikan yang terbaik buat konsumen, yakni dengan menyajikan bro-s-bros dengan berbagai macam bentuk dan jenisnya dan juga yang bermutu, serta harga jual yang bisa dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat khususnya pengguna internet.
3. Sebaiknya Akun Faulina Kurniati menganalisa kembali atau lebih meningkatkan lagi tentang promosi penjualan bro-s-brosnya sebab promosi adalah salah satu hal atau alat yang dapat menunjang keberhasilan Faulina Kurniati selaku pemilik akun facebook.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angga Saputra, 2010, “ *Analisis Pengaruh kepuasan, kualitas, dan experiential marketing terhadap word of mouth situs jejaring sosial facebook pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undip Semarang*”, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, hal. 22.
- Anoraga, Pandji., 1997, *Manajemen Bisnis*, PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi., 1993, *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Asri, Marwan, 1991, *Marketing*, Yogyakarta: AMP YKPN.
- Assauri, Sofjan., 2004, *Manajemen pemasaran*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Daryanto, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Jakarta.
- Giewahyudi, 2012, *Media sosial Indonesia dalam statistik*, diakses pada tanggal 13 Maret 2012 dari <http://giewahyudi.com/media-sosial-indonesia-dalam-statistik/>.
- Hari purnomo, Setiawan dan Zulkieflimansyah., 1996, *Manajemen Strategi*, Lembaga Percetakan, Jakarta.
- Kotler, Philip., 1998, *Manajemen Pemasaran*, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Mardelis., 1995, *Metode Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Marzuki., 2000, *Metode Riset*, BPFE-UUI, Yogyakarta.
- Melissa, 2011, *Facebook mendapat 1 triliyun kunjungan dalam satu bulan*, diakses pada tanggal 12 Maret 2012 dari <http://sidomi.com/16447/facebook-mendapat-1-trilyun-kunjungan-dalam-1-bulan/>.
- Moeleong, Lexy., 2002, *Metode penelitian kualitatif*, Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Octa Haris, 2012, *Sejarah Internet*, diakses pada tanggal 12 Maret 2012 dari [http://members.tripod.com/octa\\_haris/internet.html](http://members.tripod.com/octa_haris/internet.html).
- P. Angipora, Marius., 1999, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono., 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu., 2000, *Metode Pemasaran Modern*, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta.

Yusanto, Ismail, Muhammad dan Karebet Widjaja, Muhammad,. *Menggagas Bisnis Islam*, Game  
Insani Press, Jakarta.