

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan dari bab-bab sebelumnya menunjukkan bahwa produk pers mahrusy mempunyai beberapa produk pers mahrusy berupa sticker, poster, majlah dan bulletin. Setelah penulis melakukan penelitian bahwa penulis bisa mengambil kesimpulan.

1. Strategi pemasaran *product* (produk) dalam meningkatkan omset penjualan produk di pers mahrusy yaitu sebagaimana yang di terapkan di Lembaga pers mahrusy bahwa produk pers mahrusy ini mempunyai beberapa penawaran yang di pasarkan kepada snatri santri pondok pesantren HM-Almahrusiyah seperti stiker, poster, bulletin dan majalh, selain produk marcandise kaos bertulisan al-mahrusiyah dan mengadakan photoboot itu biasanya di selenggarakan pada event event tertentu. Dengan begitu memaksimalkan startegi bisa meningkatkan omset penjualan di pers mahrusy.
2. Strategi pemasaran *price* (harga) dalam meningkatkan omset penjualan produk di pers mahrusy. awal mulanya engan harga yang di gunakan oleh Lembaga ini berdasarkan pada sasaran penjualan yakni para santri.dengan menyesuaikan harga standart sesuai dengan kantong santri. Mereka memperbanyak produk penjualan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Oleh karena itu penting dalam menyesuaikan harga di dalam suatu bisnis

3. Strategi pemasaran *Promotion* (promosi) dalam meningkatkan omset penjualan produk di Pers Mahrusy, pertama langkah yang di gunakan tim marketing Pers Mahrusy dalam mendistribusikan produk majalah El-Mahrusy untuk memberitahukan dan mengingatkan kepada pembeli dengan cara yang pertama, dengan membuat brosur promsoi bahwasanya majalah El-Mahrusy telah di terbitkan dan kemudian brosur tersebut di tempelkan didepan toko atau papan pengumuman. Yang kedua, tim marketing pers mahrsuy membuat iklan di beberapa akun sosial media Instagram dan facebook, dan mempromosikan lewat kegiatan maupun *work shop* Pers Mahrusy.
4. Strategi pemasaran place (tempat) dalam meningkatkan omset penjualan produk pers mahrus, sasaran dalam penjualan produk pers mahrusy adalah santri, oleh karena itu dalam memasarkan produk Lembaga pers mahrusy berada di sekitar lingkup pondok pesantren. Hal ini mempengaruhi penjualan salah satunya yaitu tempat (*place*).

B. Saran

Setelah pemaparan data dan temuan penelitian serta pembahasan oleh peneliti diatas, terdapat beberapa hal yang dijadikan bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya, dan untuk Pers Mahrusy sendiri sebagai organisasi yang dijadikan sebagai objek penelitian. Saran tersebut sebagai berikut:

1. Sebagai organisasi yang terstruktur dan memproduksi berbagai produk dari hasil literasi, semakin baik apabila mempertahankan eksistensi yang telah dipertahankan sebelumnya

2. Dalam menerapkan strategi pemasaran, sebaiknya semua tim saling bekerja sama untuk meningkatkan promosi produk dan pengiklanan
3. Untuk meningkatkan omzet penjualan produk dari tahun ke tahun, sebaiknya memperluas pemasaran produk dengan menciptakan koneksi yang lebih banyak dengan alumni di berbagai daerah di seluruh wilayah Indonesia.

