

## **BAB V PENUTUP**

### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Desa Tanah Merah Kecamatan Seram Utara Timur Seti peneliti menemukan beberapa jawaban yang berkaitan dengan strategi pemasaran melalui *facebook* yaitu:

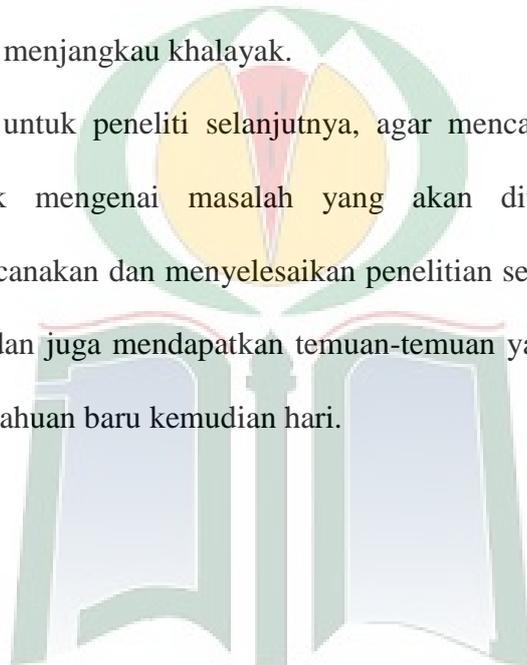
1. memposting, mempromosikan melalui kolom komentar *facebook*, *whatsapp* dan *messenger*. Selain *caption* yang menarik pelaku usaha juga menyediakan fasilitas COD (*cash on delivery*) atau bayar di tempat pada saat barang diterima, selain itu pelaku usaha juga mengubah akun *facebook* biasa menjadi *facebook* professional atau *FB Pro*.
2. Berdasarkan beberapa strategi pemasaran yang dilakukan melalui *facebook*, berdampak pada aktivitas pemilik usaha dan konsumen. *facebook* tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi pemasaran tapi juga digunakan sebagai media hiburan. Menggunakan *facebook* juga memberikan manfaat bagi pelaku usaha, yaitu cara murah untuk promosi, dengan menggunakan media sosial pelaku usaha dapat melakukan promosi kepada banyak pelanggan dengan biaya yang sedikit. Selain itu dampak negatif dari penggunaan *facebook* sebagai media promosi ialah ketika pembelian dibatalkan secara sepihak oleh pembeli yang bisa dilakukan kapan saja dan ketika pembeli merasa tidak puas dengan barang yang ditawarkan atau yang di posting di media sosial berbeda dengan aslinya. Hal itu yang membuat tingkat kepercayaan antara pembeli dan penjual menurun.

## B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “*Facebook* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pelaku Usaha Pada Masyarakat Desa Tanah Merah Kabupaten Maluku Tengah” maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Institusi/lembaga, untuk selalu mengembangkan ilmu penelitian bagi mahasiswa khususnya dibidang komunikasi. Sehingga tidak mempersulit mahasiswa yang akan melakukan penelitian dibidang yang sama dikemudian hari.
2. Bagi pelaku usaha yang sudah menggunakan *Facebook*:
  - a. Selalu menjalin komunikasi yang baik dengan pembeli sehingga dapat menimbulkan rasa percaya dari pembeli kepada pelaku usaha.
  - b. Tetap menjaga kepercayaan yang telah diberikan pembeli, sehingga pembeli akan selalu datang kembali saat membutuhkan sesuatu.
  - c. Menjaga kualitas produk yang ditawarkan dan tidak melebih-lebihkan saat pembeli bertanya mengenai keterangan produk, sehingga pembeli tidak merasa kecewa akan produk kemudian hari.

3. Bagi pelaku usaha yang belum menggunakan *Facebook*:
  - a. Menggunakan *Facebook* sebagai media promosi dapat lebih menjangkau khalayak luas, sehingga lebih banyak orang yang akan melihat dan tertarik untuk membeli.
  - b. Dengan meningkatnya jumlah pembeli secara pasti juga meningkatkan pendapatan yang didapat. Promosi melalui *Facebook* lebih menghemat waktu, tenaga dan juga biaya untuk menjangkau khalayak.
4. Saran untuk peneliti selanjutnya, agar mencari referensi lain lebih banyak mengenai masalah yang akan diteliti sehingga dapat merencanakan dan menyelesaikan penelitian selanjutnya dengan lebih baik, dan juga mendapatkan temuan-temuan yang akan menjadi ilmu pengetahuan baru kemudian hari.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi, 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta:Rineka Cipta.
- Artikel DJKN Kementerian Keuangan, 2022. *MTI Volume 2 Tahun 2022-DJPB*, <https://djp.kemenkeu.go.id>
- Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia, 2021. *Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2021*, <http://apjii.or.id/survei>.
- Basrowi dan Suwandi, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin Burhan, 2009. *Analisis Penelitian Data Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Firmansyah Anang, *Komunikasi Pemasaran*, <https://ejournal.researchgate.net>.
- Firmansyah Eko, *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Peningkatan Usaha Masyarakat Kecil Menengah*, <https://journal.uinmataram.ac.id>.
- Fitriyani Andi, 2019. *Strategi Bauran Promosi (Promotion Mix) Amans Hotel Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Kota Ambon*, Ambon: LP2M IAIN Ambon
- Janus Sidabalok, 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Kemp Simon, 2021. *Digital in Southeast Asia in 2021*, <http://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.
- Kohler dan Smith, 2021. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, <http://pakarkomunikasi.com>.
- Kotler Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke Sebelas Jilid Dua, Jakarta: Indeks.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong, 2007. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2* Jakarta: Indeks.

- Lembaran Negara Republik Indonesia, *Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*.
- Lukitaningsih A, *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Online*, <https://ejournal.unisri.ac.id>.
- Mariana Nely, 2021. *10 UKM Indonesia yang Sudah Tembus Pasar Global*, <http://goukm.id>.
- Mawarsari Margareth Anjani, 2023. *Tren Digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan Peluang*, <https://dailysocial.id>
- Muri Yusuf, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana.
- Mustajib Akhmad, 2018. *Media Online (Website, Twitter, Facebook) Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dablonan Clothing dalam Meningkatkan Penjualan*, <http://digilib.uinsby.ac.id>.
- Oktaviani Ayu, dkk, 2023. *Peran Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran di Era Digital*, MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2 No.2, <https://journal.y3a.org/index.php/MUKASI>
- Pujileksono Sugeng, 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Purwana Dedi ES, dkk, 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani.
- Riani Fitra, 2020. *Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Perspektif Ekonomi Islam*, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id>.
- Riyanto Andi Dwi, 2021. *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2021*, <http://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-report-2021/>
- Santoso Akbar, *Komunikasi Pemasaran dalam Ekonomi Masyarakat Menengah*, <https://ejournal.iainkediri.ac.id>.

- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Syahrullah, dkk, 2021. *Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadi*, JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Vol.12, No.2, <https://jurnal.unismuh.ac.id>
- Syahputra Yudhi Arya, 2020. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Pada PT Rajagravindo Persada*, <https://eprints.untirta.ac.id>.
- Tabbans Harry Duintjer, 1980. *International Product Liability*, Netherland: International Publisher
- Tatisina Rosmina Dewi, 2021. *Eksistensi Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa IAIN Ambon*.
- Tunardy T. Wibowo, 2016. *Pengertian Pelaku Usaha serta Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha*, <http://jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/>
- Wibowo Lili Adi & Donni Juni Priansa, 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, Bandung: Alfabeta.
- Widjaja Gunawan & Ahmad Yani, 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, <http://e-journal.uajy.ac.id>

## LAMPIRAN 1:

### PEDOMAN WAWANCARA

#### *Facebook* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pelaku Usaha Pada Masyarakat Desa Tanah Merah Kabupaten Maluku Tengah

---

##### A. Pelaku Usaha

1. Sejak kapan menggunakan *facebook* sebagai media promosi?
2. Kenapa memilih menggunakan *facebook* dibandingkan media sosial yang lain?
3. Pernah menggunakan media sosial yang lain untuk promosi tidak?
4. Apa saja manfaat yang didapatkan dengan promosi menggunakan *facebook*?
5. Dibandingkan media sosial yang lain apakah *facebook* lebih banyak menjangkau pelanggan?
6. Seberapa jauh promosi melalui *facebook* dapat menjangkau pelanggan?
7. Apakah *facebook* juga membantu dalam berkomunikasi dengan pelanggan?
8. Apa saja manfaat yang dirasakan dengan promosi melalui *facebook*?
9. Bagaimana cara pelaku usaha melakukan promosi di *facebook*?
10. Jika dibandingkan dengan sebelum menggunakan *facebook* apakah jumlah pendapatan meningkat?
11. Promosi melalui *facebook* bukan hanya dilakukan oleh satu atau dua orang pelaku usaha, apa yang dilakukan agar pelanggan tidak berpindah pada pelaku usaha lain?
12. Pernah mendapatkan pelanggan yang menipu atau tidak?
13. Dengan resiko adanya pelanggan yang menipu, apa alasan masih tetap promosi melalui *facebook*?
14. Apa saja yang menjadi kendala dalam melakukan promosi menggunakan *facebook*?

15. Apa saran untuk pelanggan yang membeli melalui *facebook*?
16. Saran untuk pelaku usaha yang belum menggunakan media sosial terutama *facebook* untuk membantu dalam promosi?

B. Pelanggan

1. Seberapa sering belanja melalui *facebook*?
2. Selain *facebook* apakah ada media sosial lain yang digunakan untuk berbelanja?
3. Apa saja keuntungan yang didapat dengan berbelanja melalui *facebook*?
4. Apakah pernah mendapatkan barang yang dibeli tidak sesuai dengan yang dipromosikan?
5. Apa alasan tetap memilih *facebook* sebagai media belanja dengan resiko seperti barang tidak sesuai atau yang lainnya?
6. Apakah merasa terbantu dengan adanya *facebook* sebagai media promosi para pelaku usaha?
7. Apakah ada saran yang dapat diberikan untuk para pelaku usaha yang menggunakan *facebook* sebagai media promosi?

## LAMPIRAN II:

### DATA DIRI INFORMAN

#### A. Pelaku Usaha

1. Nama : Ilfa Ladiwa  
Umur : 24 tahun  
Lokasi : Desa Tanah Merah  
Waktu : Jum'at, 27 Oktober 2023
2. Nama : Erlina Nurhayati  
Umur : 22 tahun  
Lokasi : Desa Tanah Merah  
Waktu : Rabu, 18 Oktober 2023
3. Nama : Rini Soulisa  
Umur : 36 tahun  
Lokasi : Desa Tanah Merah  
Waktu : Senin, 16 Oktober 2023
4. Nama : Wa Uri  
Umur : 60 tahun  
Lokasi : Desa Tanah Merah  
Waktu : Senin, 30 Oktober 2023
5. Nama : Sri Agustini  
Umur : 29 tahun  
Lokasi : Desa Tanah Merah  
Waktu : Selasa, 17 Oktober 2023
6. Nama : Irna  
Umur : 23 tahun  
Lokasi : Desa Tanah Merah  
Waktu : Senin, 23 Oktober 2023

#### B. Pelanggan

1. Nama : Tri Wahyuni  
Umur : 24 tahun

Lokasi : Desa Tanah Merah  
Waktu : Selasa, 24 Oktober 2023

2. Nama : Afika  
Umur : 23 tahun  
Lokasi : Desa Tanah Merah  
Waktu : Kamis, 26 Oktober 2023

3. Nama : Dwi Susanti  
Umur : 25 tahun  
Lokasi : Desa Tanah Merah  
Waktu : Senin, 30 Oktober 2023

4. Nama : Kurnia  
Umur : 25 tahun  
Lokasi : Desa Tanah Merah  
Waktu : Kamis, 26 Oktober 2023



**LAMPIRAN III:****DOKUMENTASI PENELITIAN**

Papan Nama Kantor Desa Tanah Merah



Peta Desa Tanah Merah di Kantor Camat



Dokumentasi wawancara dengan Tri Wahyuni, pelaku usaha di Desa Tanah Merah

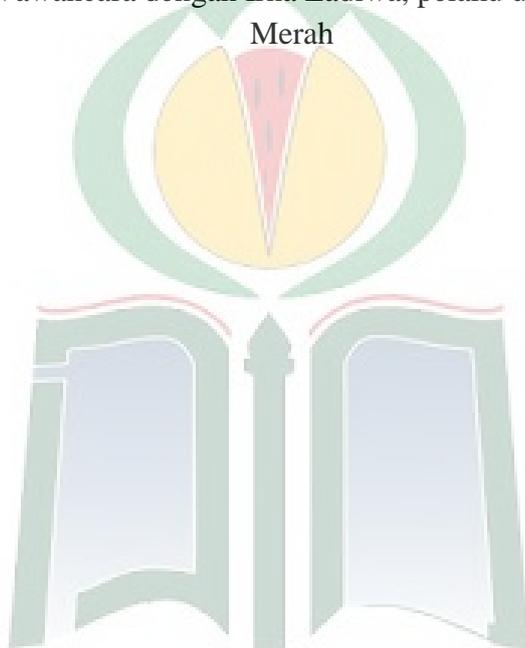


Dokumentasi Wawancara dengan Erlina Nurhayati, pelaku usaha di Desa Tanah Merah



Dokumentasi Wawancara dengan Irna Ladiwa, pelaku usaha di Desa Tanah

Merah





**PEMERINTAH KABUPATEN MALUKU TENGAH  
KECAMATAN SERAM UTARA TIMUR SETI  
NEGERI ADMINISTRATIF TANAH MERAH**

*Jalan. Mawar – Tanah Merah. email: tanahmerah95@yahoo.co.id Kode Pos 97556*

**SURAT KETERANGAN HASIL PENELITIAN**

Nomor : 145/SKHP/002/XII/2023

Kepala Pemerintah Negeri Administratif Tanah Merah, Kecamatan Seram Utara Timur Seti, Kabupaten Maluku Tengah menerangkan :

NAMA : SITI KHOIRUNAFSIAH  
NIM : 180207007  
TTL : Waiputih, 20 – 05 – 2000  
JenisKelamin : Perempuan  
Warga Negara : Indonesia  
Program Study : Jurnalistik Islam  
Agama : Islam

Bahwa Nama tersebut di atas benar telah melaksanakan Penelitian di Negeri Adm. Tanah Merah Kecamatan Seram Utara Timur Seti Kabupaten Maluku Tengah dengan Judul :

**“FACEBOOK SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PELAKU USAHA  
PADA MASYARAKAT DESA TANAH MERAH KABUPATEN MALUKU TENGAH”**

Demikian Surat ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tanah Merah, 05 Desember 2023

a/n Kepala Pemerintah Negeri  
Adm. Tanah Merah  
Kasi Pemerintahan

  
**HAJRA**



**PEMERINTAH KABUPATEN MALUKU TENGAH  
KECAMATAN SERAM UTARA TIMUR SETI**

Jalan Pattimura – Kobisonta Kode Pos 97556

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 070/140/2023

Sesuai Surat Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Maluku Tengah Nomor : 074/651/BKBP/X/2023 tanggal 09 Oktober 2023 Perihal Keterangan Penelitian maka dengan ini Camat Seram Utara Timur Seti menerangkan bahwa :

Nama : Siti Khoirunafsiah  
NIM : 180207007  
Pekerjaan : Mahasiswi Prodi Jurnalistik Islam  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri  
Ambon  
Jurusan : Jurnalistik Islam

Telah selesai melakukan Penelitian di Negeri Administratif Tanah Merah Kecamatan Seram Utara Timur Seti Kabupaten Maluku Tengah dengan Obyek Penelitian ( Judul ) “ **Facebook Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pelaku Usaha Pada Masyarakat Desa Tanah Merah Kabupaten Maluku Tengah**”.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Kobisonta, 05 Desember 2023

CAMAT

SERAM UTARA TIMUR SETI



SUJARWO, S.IP

NIP. 19671208 198902 1 003



**PEMERINTAH KABUPATEN MALUKU TENGAH  
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

*Jl. Imam Bonjol No. Tlp. (0914) 21365-22350. Fax (0914) 22350-21365  
E-mail : kesbangpol.malteng@gmail.com*

**M A S O H I**

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Nomor : 074/651/BKBP/X/2023

- A. Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 03 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian (SKP);
4. Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : SD.6/2/12 tanggal 5 Juli 1972 Tentang Kegiatan Riset dan Survey diwajibkan melaporkan diri kepada Gubernur Kepala Daerah atau Pejabat yang ditunjuk;
5. Peraturan Daerah Nomor : 04 Tahun 2016 tentang Pembentukan Susunan dan Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Maluku Tengah;
6. Surat Gubernur Maluku Nomor 220/375 tanggal 2 Februari 2018 tentang Penerbitan Rekomendasi Surat Keterangan Penelitian (SKP);
- B. Menimbang : Surat Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ambon Nomor : B-646/In.09/3/3-a/TL.00/10/2023 Tanggal 05 Oktober 2023 Perihal Permohonan Izin Penelitian

Dengan ini memberikan izin Penelitian kepada :

- a. Nama : **Siti Khoirunafsiah**
- b. Identitas : Mahasiswa Prodi. Jurnalistik Islam
- c. NIM : 180207007
- d. Untuk : 1. Melakukan Penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:  
**"Facebook Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pelaku Usaha Pada Masyarakat Desa Tanah Merah Kabupaten Maluku Tengah".**
2. Lokasi Penelitian : Negeri Administratif Tanah Merah Kecamatan Seram Utara Timur Seti Kabupaten Maluku Tengah
3. Waktu Penelitian : 05 Oktober s/d 05 November 2023

Sehubungan dengan maksud tersebut diatas, mak dalam pelaksanaannya agar memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- a. Mentaati semua ketentuan / peraturan yang berlaku.
- b. Melaporkan kepada instansi terkait untuk mendapat petunjuk yang diperlukan.
- c. Surat Keterangan ini hanya berlaku bagi kegiatan : Penelitian
- d. Tidak menyimpang dari maksud yang diajukan serta tidak keluar dari lokasi Penelitian
- e. Memperhatikan keamanan dan ketertiban umum selama pelaksanaan kegiatan berlangsung.
- f. Memperhatikan dan mentaati system kerja instansi setempat.
- g. Menyampaikan 1 (satu) Eksemplar laporan hasil kepada Bupati Maluku Tengah Cq. Ka. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Maluku Tengah.
- h. Apabila terdapat penyimpangan/pelanggaran dari ketentuan tersebut maka Surat Keterangan ini akan dicabut.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk digunakan seperlunya.

Masohi, 09 Oktober 2023

a.n. Kepala Badan  
Kepala Bidang Kesatuan Bangsa

**INRIANI SAID, S.Sos**

Penata Tk. I

NIP. 19740101 200003 2 008