

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kegiatan promosi penjualan Rumah Makan Fadyan secara *online* menggunakan beberapa media seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp*.

1. Rumah Makan Fadyan cukup baik karena selalu menggunakan *Facebook* dalam melakukan kegiatan promosi. Dengan penggunaan *Facebook* sebagai media promosi Rumah Makan Fadyan, *Facebook* menjadi media promosi paling tepat dalam meningkatkan volume penjualan, dalam 1 hari bisa mencapai 15 pesanan pada Rumah Makan Fadyan.
2. Dalam melakukan kegiatan promosi akan tetapi penggunaan *Instagram* tersebut tidak terlalu banyak peminat sehingga konsumen tidak banyak mengetahui atas promosi yang telah dilakukan oleh Rumah Makan Fadyan. Dengan begitu dapat menyebabkan volume penjualan di *Instagram* tidak begitu meningkat.
3. Rumah Makan Fadyan menggunakan *Whatsapp* dalam melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan volume penjualan dengan membuat status untuk menawarkan produk-produk baru dan memberikan informasi-informasi yang dijual Rumah Makan Fadyan.

5.2 Saran

Dalam melakukan pemasaran online Rumah Makan Fadyan harus menggunakan lebih banyak media sosial sebagai media pemasaran online seperti, *Tiktok*, *Youtube*, dan lain-lain. Meningkatkan kembali penggunaan *Instagram* karena pada media sosial ini tidak terlalu *update* sehingga konsumen tidak banyak mengetahui informasi dari Rumah Makan Fadyan dengan begitu dapat menyebabkan volume penjualan menurun dan tidak stabil. Pada penggunaan *Facebook* Rumah Makan Fadyan sebaiknya memanfaatkan fitur *Live* pada aplikasi *Facebook* supaya para konsumen bisa melihat

informasi yang diberikan oleh Rumah Makan Fadyan pada saat *Live* berlangsung. Kemudian untuk penggunaan *Whatsapp* Rumah Makan Fadyan sebaiknya menggunakan *Whatsapp* bisnis karena agar konsumen lebih mudah dalam memesan produk yang ingin dibeli.