

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi pada Mooie Taart Banyuasin, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi promosi yang digunakan usaha Mooie Taart dalam meningkatkan penjualan yaitu melalui media sosial Instagram dengan cara mengadakan giveaway, bekerja sama dengan vendor serta memposting foto-foto baik terdapat menu baru maupun menu lama. Hal ini dilakukan usaha Mooie Taart agar dapat menarik minat konsumen baru maupun konsumen lama yang diinformasikan melalui media sosial Instagram.
2. Dalam penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi, Mooie Taart Banyuasin melakukan proses promosi melalui unggahan Instagram stories, melalui *feed* atau tampilan Instagram. Penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi sudah dilakukan dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dari data pesanan kue yang meningkat dalam tiga tahun terakhir, realisasi promosi melalui media sosial Instagram pada usaha Mooie Taart di tahun 2020 yaitu sebanyak 1.800 per buah dan di tahun 2021 realisasi penjualan yang terjadi mengalami peningkatan yaitu sebesar 2.150 per buah, dan di tahun 2022 kembali terjadi peningkatan yaitu sebanyak 2.600 per buah. Serta dipengaruhi oleh peningkatan followers Instagram Mooie Taart.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah di dapat, maka saran yang dapat penulis berikan kepada Mooie Taart Banyuasin yaitu:

1. Mooie Taart Banyuasin sebaiknya mempertahankan dan terus aktif dalam penggunaan Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan penjualan dan terus memberikan pelayanan atau respon

yang cepat dalam menanggapi konsumen. Hal ini dapat membuat kesetiaan para pelanggan atau konsumen dalam melakukan pembelian pada usahanya.

2. Untuk meningkatkan keaktifan *followers* instagram Mooie Taart, hendaknya memberikan promo-promo yang menarik seperti promo pada hari ibu, Desember ceria serta pada hari-hari besar lainnya dan melakukan endorsement.