

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan pada Fikri Koleksi Songket dan Tekstil Palembang, serta hasil pembahasan yang dicantumkan oleh penulis, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Fikri Koleksi selama menjalankan usahanya hanya mengutamakan pemasaran atau promosi melalui dari mulut ke mulut, dan mengikuti kegiatan pameran. Sehingga penulis melakukan perancangan konten untuk media sosial Instagram dan mengaktifkan akun media sosial Instagram Fikri Koleksi yaitu @fikrikoleksi.
2. Perancangan *digital marketing* melalui media sosial Instagram terdiri dari tiga tahap yaitu, pengumpulan data informasi, penentuan dan perancangan konten Instagram, serta tahap publikasi hasil rancangan konten melalui Instagram.
3. Hasil rancangan *digital marketing* ini berupa postingan konten instagram seperti postingan *feeds*, *video reels*, dan *instagram story*. Dengan menggunakan kalender *posting* untuk mengatur jadwal publikasi postingan melalui Instagram.
4. Jenis konten orisinal berisi informasi dan edukasi yang diunggah melalui *video reels* merupakan hasil rancangan konten yang paling diminati oleh pengguna aktif media sosial Instagram Fikri Koleksi.
5. Dengan adanya perancangan *digital marketing* melalui media sosial Instagram Fikri Koleksi sebagai media pemasaran/promosi, diharapkan mampu meningkatkan minat beli konsumen dan dapat memperluas pasar Fikri Koleksi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka saran dari penulis yaitu:

1. Fikri Koleksi harus memiliki karyawan yang berkompeten atau memahami teknologi *digital*, untuk menjaga konsistensi pengelolaan dan jadwal pengunggahan konten instagram sebagai media pemasaran *digital*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan oleh pihak pengelola usaha Fikri Koleksi milik Bapak Kgs. Bahsen Fikri, S.Ag dalam menjalankan usahanya.
3. Mendaftarkan Fikri Koleksi pada *platform* atau aplikasi penjualan berbasis *online* untuk memudahkan *costumers* dalam melakukan pembelian produk.
4. Hasil rancangan pemasaran *digital* melalui Instagram pada Fikri Koleksi ini diharapkan dapat terus aktif, dan lebih banyak lagi dalam mengembangkan *postingan* konten, agar dapat menjangkau pasar konsumen yang lebih luas.
5. Fikri Koleksi diharapkan dapat mengadakan kolaborasi di Instagram bersama *influencer* atau *customer* untuk *membranding* produk, dan meningkatkan minat beli konsumen maupun interaksi dengan pengguna aktif Instagram Fikri Koleksi.

