

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis di toko kerupuk kemplang Tini Bos, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

Promosi yang dilakukan oleh toko kerupuk kemplang Tini Bos yaitu masih menggunakan cara lama seperti pemasangan papan nama dipinggir jalan agar dilihat oleh banyak orang saat melewatinya. Pembuatan spanduk yang berada didepan rumah Nok Tini bisa menarik perhatian orang yang lewat sehingga membeli produk kerupuk kemplang Tini Bos dan promosi yang dilakukan dengan promosi dari mulut ke mulut ada seseorang pelanggan yang sangat menyukai produk kerupuk kemplang Tini Bos, kemudian ia merekomendasikannya kepada temanya.

Penulis membuat *Design content creative* seperti pembuatan konten produk-produk kerupuk kemplang Tini Bos, pembuatan *Reels* mengenai lokasi dan produk kerupuk kemplang Tini Bos. Pembuatan Insta Story yang berisikan daftar menu, lokasi kerupuk kemplang Tini Bos, dan desain foto produk yang telah dibuat melalui Canva lalu di posting pada instagram kerupuk kemplang selama satu bulan diharapkan bisa meningkatkan promosi penjualan kerupuk kemplang Tini Bos dan mengenalkan kerupuk kemplang secara luas melalui media sosial yang telah dibuat.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian ini, saran dari penulis adalah sebagai berikut:

1. *Content creative* yang telah dibuat diharapkan bisa berjalan dengan baik. Pemilik toko sebaiknya membuat jadwal postingan yang teratur.
2. Bekerjasama dengan *influencer* atau *youtuber* Kayu Agung untuk mempromosikan produk kerupuk kemplang Tini Bos.
3. Aktif berinteraksi dengan pengikut melalui komentar, *likes* dan *direct messages* untuk meningkatkan kepercayaan kepada konsumen.