

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pengembangan promosi penjualan menggunakan media sosial dalam penelitian ini meliputi Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business. Hasilnya, akun Instagram Kampung Wisata Anyaman menjangkau 2.304 akun dengan 2.141 interaksi, 609 pengikut, dan 15 postingan. Akun Facebook menjangkau 407 akun dengan 695 interaksi, 463 pengikut, dan 13 postingan. Akun WhatsApp Business mencatat 11 interaksi dengan 11 postingan tanpa data spesifik tentang jangkauan dan pengikut. Dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah *platform* paling efektif untuk promosi penjualan kerajinan anyaman di Kampung Wisata Anyaman karena memiliki jangkauan lebih luas, interaksi lebih tinggi, dan jumlah pengikut lebih banyak dibandingkan dengan Facebook dan WhatsApp Business.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran untuk pengembangan promosi penjualan menggunakan media sosial di Kampung Wisata Anyaman. Optimalisasi penggunaan Instagram sangat disarankan untuk meningkatkan frekuensi dan kualitas konten seperti gambar, video, dan cerita interaktif, mengingat jangkauan dan interaksi yang tinggi. Facebook dapat digunakan sebagai pelengkap dengan fokus pada konten mendalam seperti video proses pembuatan dan cerita kerajinan anyaman untuk menarik audiens yang berbeda. WhatsApp Business juga dapat dikembangkan untuk komunikasi langsung dengan konsumen, pelayanan pelanggan personal, dan jawaban *real-time*, termasuk fitur katalog dan promosi untuk menjangkau lebih banyak konsumen.