

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan di Pawscare Catshop Palembang serta pembahasan yang dilakukan oleh penulis, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Pawscare Catshop awalnya tidak memiliki akun sosial media Instagram sebagai media promosi. Sebelum penulis merancang akun media sosial Instagram sebagai media promosi, penjualan offline Pawscare Catshop mengalami keterbatasan dalam hal visibilitas dan daya tarik terhadap pelanggan. Meskipun memiliki produk berkualitas, toko ini kesulitan menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga penjualan sering kali bergantung pada pelanggan tetap. Kurangnya strategi promosi yang efektif membuat potensi pertumbuhan penjualan tidak maksimal. Dengan kondisi ini, pentingnya pengembangan akun Instagram menjadi jelas, guna meningkatkan awareness dan menarik lebih banyak pelanggan ke toko fisik.

Setelah penulis merancang akun media sosial Instagram sebagai media promosi, penjualan Pawscare Catshop menunjukkan peningkatan yang signifikan. Strategi konten yang informatif dan menarik untuk menarik perhatian pelanggan baru, serta meningkatkan interaksi dengan audiens. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga akan mendorong lebih banyak pengunjung untuk datang ke toko fisik. Dengan promosi yang lebih efektif dan efisien, Pawscare Catshop mampu memaksimalkan potensi penjualan dan membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat.

5.2 Saran

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

1. Pawscare Catshop perlu menjaga konsistensi jadwal pengunggahan konten pada Instagram agar tidak mudah tenggelam atau hilang dan

kecil kemungkinan dapat terlihat.

2. Mendaftarkan Pawscare Catshop pada pembayaran atau pemesanan yang berbasis *online* sehingga memudahkan para konsumen untuk memesan.
3. Mengadakan kolaborasi di Instagram bersama *customer* dalam rangka meningkatkan *engagement* dan *membranding* produk Pawscare Catshop.