

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab IV, penulis menarik beberapa kesimpulan yaitu:

- a. Penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh Anugrah *Online Shop* yaitu menggunakan periklanan yang berupa media sosial seperti Instagram dan Facebook, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan dan Informasi dari mulut ke mulut.
- b. Kegiatan promosi yang diterapkan oleh Anugrah *Online Shop* masih belum optimal, karena terlihat bahwa promosi periklanan yang dilakukan belum menjalankan konten video *live* melalui aplikasi Instagram atau Facebook dan belum menggunakan jasa *endorsement*
- c. Pada penjualan pribadi yang dilakukan oleh Anugrah *Online Shop* tidak memiliki produk tetap yang akan ditawarkan di lokasi, jika terdapat produk promo Anugrah *Online Shop* baru melakukan penjualan pribadi.
- d. Pada promosi penjualan yang diterapkan belum memiliki penerapan promosi yang jelas dengan ketentuan potongan harga dalam maksimal pembelian produk Anugrah *Online Shop*.
- e. Informasi dari mulut ke mulut juga Anugrah *Online Shop* belum memiliki kartu identitas nama perusahaan seperti nomor telepon, nama sosial media dan alamat lokasi.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang sudah penulis lakukan bahwa hal yang dapat diperbaiki oleh Anugrah *Online Shop* berkaitan dengan bauran promosi yaitu, seperti:

- a. Sebaiknya kegiatan penerapan bauran promosi Anugrah *Online Shop* lebih diaktifkan dan ditingkatkan lagi dalam melakukan periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan informasi dari mulut ke mulut karena bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dan menambah minat beli konsumen.
- b. Sebaiknya usaha Anugrah *Online Shop* menjalankan konten video *live* karena siaran langsung juga salah satu strategi pemasaran yang cukup efektif dan digemari semua kalangan media sosial dan sebaiknya lebih aktif lagi dalam menampilkan hasil testimony dari konsumen yang pernah membeli produk Anugrah *Online Shop*.
Seharusnya Anugrah *Online Shop* menggunakan jasa *endorsement* dalam menyampaikan informasi mengenai kualitas produk, harga yang terjangkau, karena jasa *endorsement* memiliki pengikut terbanyak pada akun sosial media sehingga akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat sekitar.
- c. Pada penjualan pribadi Anugrah *Online Shop* seharusnya memiliki produk yang tersedia baik itu media sosial maupun di lokasi usaha tersebut. Jadi konsumen yang datang dapat melihat langsung produk yang ditawarkan bahwa memang benar kualitas dari produk tersebut sudah terjamin.
- d. Sebaiknya promosi penjualan yang diterapkan oleh Anugrah *Online Shop* memiliki ketentuan potongan harga dengan pembelian minimal berapa produk dan hadiah atau diskon yang di dapat oleh konsumen sehingga mereka mengetahui ketentuan dari diskon yang diberikan.

- e. Kegiatan informasi dari mulut ke mulut seharusnya Anugrah *Online Shop* memiliki kartu identitas nama perusahaan supaya dapat mempermudah konsumen mengingat perusahaan seperti nama sosial media, lokasi perusahaan dan nomor telepon perusahaan tersebut dan merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan.