

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

Telah dilakukan analisis mengenai implementasi online promosi melalui media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan online shop kanaka ethnic. Adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Implementasi online promosi melalui instagram dalam meningkatkan penjualan online shop kanaka ethnic yaitu dengan cara menjalankan sarana bauran promosi yang mana bauran promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran. Bauran promosi yang digunakan yaitu periklanan, penjualan langsung, promosi penjualan, dan penjualan personal. Penerapan periklanan produk-produk di media sosial instagram dengan akun kanaka.ethnic, akun tersebut menjadi media periklanan secara online untuk menginformasikan produk-produk kanaka ethnic. Kemudian penerapan pemasaran secara langsung oleh kanaka ethnic yaitu dilakukan dengan memasarkan secara langsung kepada konsumen potensial yang telah ditentukan sebelumnya melalui direct message dan kolom komentar yang menjadi fitur instagram. Untuk berkomunikasi antara penjual dan pembeli serta menimbulkan tanggapan secara langsung. Selanjutnya penerapan promosi penjualan yang dilakukan oleh kanaka ethnic dengan memberikan potongan harga kepada konsumen. Hal ini dilakukan agar konsumen loyal kepada kita. Selanjutnya penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh kanaka ethnic dalam menjalankan online promosinya yaitu berupa penjualan personal yang bisa dilakukan secara tatap muka atau melalui media massa dalam hal ini media sosial. Penjualan personal secara tatap muka dilakukan dengan penjualan secara offline dan juga mengikuti pameran-pameran, sedangkan secara online melalui media sosial instagram dengan menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh instagram yaitu dapat melalui percakapan dan pesan-pesan singkat yang dapat disampaikan dari penjual dan pembeli.

2. Promosi secara online melalui media sosial instagram mengambil peran yang kuat dalam meningkatkan penjualan, promosi yang dijalankan oleh kanaka ethnic pasalnya, melalui instagram yang dijalankan meskipun belum terstruktur dan berjalan dengan baik, namun sudah mampu mengambil rasa ingin tahu calon konsumen dengan beberapa pertanyaan yang diajukan. Disini dapat dilihat dari tabel penjualan kanka ethnic dari awal menggunakan instagram sampai sekarang mengalami peningkatan dari segi penjualan *online*, begitupun penjualan *offline* juga tidak sepi oleh pelanggan. Penggunaan instagram sebagai sarana promosi memang sangat bermanfaat bagi usaha online shop kanaka ethnic.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi online promotion melalui media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan pada kanaka ethnic yaitu
 - a. Kurangnya penguasaan tentang media sosial instaggram
 - b. Belum adanya pengelola yang menangani online promosi secara khusus
 - c. Keterlambatan dalam memposting foto produk-produk baru
 - d. Pelaksanaan promosi yang belum konsisten
 - e. Keterlambatan pengiriman dan barang tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli

B. SARAN

Dalam penelitian perlu kiranya disampaikan beberapa saran. Adapun saran yang membangun untuk kemajuan pelaksanaan online promosi padaonline shop kanaka ethnic maupun bagi pihak-pihak yang mmerlukan yaitu:

1. Diharapkan penerapan online promosi yang telah dijalankan dapat lebih ditingkatkan kembali agar promosi dapat berjalan dengan baik.
2. Diharapkan memiliki admin khusus yang menangani online promosi melalui instagram sehingga banyak konsumen online yang dapat dilayani dengan maksimal.
3. Sebaiknya online shop kanaka ethnic mengupload foto-foto produk terbaru serta menggunakan iklan prabayar,

endors agar lebih banyak lagi konsumen yang tertarik dengan produk kanaka ethnic

4. Diharapkan kanaka ethnic memiliki standar operasi dan prosedur dalam menerapkan online promosi. Hal tersebut dilakukan guna memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen mulai dari jam waktu pelayanan, produk-produk yang ditawarkan, dan format-format lain yang diperlukan

