

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi promosi yang digunakan toko Rhinz.id melalui media sosial instagram yaitu dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada didalamnya yaitu dengan *posting* foto/video, *instastory* instagram, menggunakan fitur *reels*, dan *repost* foto.

Posting foto/video yang toko Rhinz.id lakukan yaitu dengan mengunggah foto asli dan menggunakan produk-produk dari Rhinz.id sendiri, serta video yang diunggah menampilkan model yang mengenakan produk dari Rhinz.id yang mana ini membuat semakin menarik untuk dipromosikan. Selanjutnya yaitu *instastory* instagram, fitur ini digunakan oleh Rhinz.id untuk memberikan informasi mengenai update produk-produk apa saja dan update apabila ada produk baru yang pada Rhinz.id.

Kemudian fitur yang digunakan Rhinz.id yaitu video *reels*. Pada fitur ini Rhinz.id membuat video konten, biasanya konten-konten yang dibuat ini untuk memberikan referensi berpakaian. Referensi ini mengenai bagaimana cara memakai setelan yang cocok digunakan sesuai kegiatan pada saat itu jadi video *reels* ini diharapkan dapat membantu dalam hal memilih outfit atau penampilan. Selanjutnya ada fitur *repost* foto, dalam merepost foto yang dilakukan oleh Rhinz.id ini yaitu dengan mengunggah ulang postingan *selebgram* yang diendors saat

menggunakan produk dari Rhinz.id. Dengan begitu akan menambah rasa percaya kepada para konsumen akan produk-produk yang dijual dari Rhinz.id.

2. Promosi yang dilakukan oleh toko Rhinz.id melalui media sosial *instagram* menurut perspektif islam harus memiliki sifat yang baik dalam berbisnis. Untuk peran media sosial *instagram* dalam meningkatkan volume penjualan dalam perspektif islam Rhinz.id adalah dalam penggunaan media sosial tersebut Rhinz.id menerapkan ajaran-ajaran aku sikap berbisnis dalam Islam. Pada sifat *Shiddiq* (Jujur dan Benar) produk-produk yang dijual oleh Rhinz.id sesuai dengan apa yang di promosikan pada konten-konten *instagram*, Rhinz.id juga menjelaskan detail-detail terkait kesesuaian informasi mengenai produk. Pada sifat *Amanah* (Terpercaya) dimana hasil dari foto maupun video yang ada pada konten *instagram* Rhinz.id mereka ambil sendiri, dengan begitu dijamin kesesuaian produknya. Pada sifat *Fathonah* (Cerdas) Rhinz.id setiap harinya selalu membuat konten-konten yang menarik untuk mempromosikan produknya tanpa ada unsur menjelek-jelekan atau menjatuhkan orang lain. Pada Sifat *Tablig* (Komunikatif) dalam melayani konsumennya Rhinz.id menggunakan bahasa yang sopan serta menjelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami. Namun dalam merespon konsumen mereka kurang tanggap dalam melayaninya atau *slowrespon*.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang mungkin berguna untuk toko Rhinz.id :

1. Bagi toko Rhinz.id diharapkan semakin berkembang dan produk-produk dari Rhinz.id semakin disukai oleh banyak kalangan. Untuk karyawan Rhinz.id selalu semangat dalam membuat konten-konten yang menarik serta mungkin dapat menambah penggunaan fitur-fitur yang lain agar penjualan semakin bertambah banyak. Saran bagi Rhinz.id selalu menjaga komunikasi kepada calon pembeli.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi yang berkaitan dengan perencanaan kegiatan promosi melalui media sosial Instagram.