

## BAB VI

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran *online* Celak Tarim yang diterapkan Rizqunaa Olshop, mengacu pada bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup produk, harga, promosi, dan tempat atau saluran distribusi. Strategi ini meliputi penyajian produk Celak Tarim yang menarik dan informatif, pengemasan yang rapi, pelayanan responsif. Penetapan harga fleksibel dan terjangkau baik eceran maupun grosir, serta diskon di momen tertentu. Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi, dengan konten menarik dan *endorsement* selebgram lokal, pemanfaatan berbagai fitur Instagram untuk mendukung promosi. Penggunaan saluran distribusi *online* seperti WhatsApp, Shopee, dan TikTok Shop memudahkan transaksi, metode pembayaran praktis, dan memperluas jangkauan pasar. Pendekatan terpadu ini mampu menarik minat beli, menumbuhkan kepercayaan, dan loyalitas konsumen.
2. Strategi pemasaran *online* Rizqunaa Olshop dalam mempertahankan volume penjualan Celak Tarim dilakukan melalui pemasaran media sosial, *influencer*, konten menarik yang diterapkan secara berkelanjutan. Strategi ini efektif dalam membangun citra produk, menjangkau audiens yang lebih luas, dan menjaga penjualan tetap stabil, meskipun terjadi fluktuasi pasar. Berbagai faktor seperti tren pasar, kualitas produk, harga, distribusi,

promosi, dan layanan konsumen turut mendorong pembelian ulang, sehingga membantu mempertahankan volume penjualan Celak Tarim selama periode tahun 2020 hingga 2024.

## **B. Saran**

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka saran dari peneliti yang dapat dipertimbangkan oleh pihak terkait yakni:

1. Upaya pemasaran *online* yang dilakukan Rizqunaa Olshop sudah cukup baik dalam menjaga penjualan produk Celak Tarim. Namun, sebaiknya perlu dilakukan evaluasi secara berkala terhadap strategi pemasaran *online* yang diterapkan, agar bisnis bisa terus menyesuaikan diri dengan tren dan kondisi pasar yang selalu berubah.
2. Sebaiknya Rizqunaa Olshop lebih mengoptimalkan penggunaan *platform online* dengan mencoba memanfaatkan fitur-fitur yang belum digunakan di Instagram, WhatsApp, Shopee, dan TikTok Shop guna mengembangkan strategi pemasaran *online* yang dilakukan.
3. Diharapkan Rizqunaa Olshop dapat mempertimbangkan pemanfaatan *platform online* lainnya, untuk semakin memperluas pemasaran produk Celak Tarim secara *online* dan menjangkau lebih banyak pembeli, sehingga dapat meningkatkan penjualan.