

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang berjudul *Strategi Komunikasi Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Make Up “By Kukuh”* dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Strategi komunikasi *influencer marketing* dalam meningkatkan penjualan *Make Up “By Kukuh”* menggunakan bauran promosi yang meliputi periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Berdasarkan teori bauran promosi, bahwa strategi yang paling menojol dalam peningkatan penjualan *Make Up “By Kukuh”* yakni periklanan dan promosi. Periklanan berdasarkan postingan Diana sebagai *influencer* yang bekerja sama dengan *Make Up “By Kukuh”* dan juga promosi penjualan yang diberikan oleh Diana kepada konsumen melalui akun instagramnya. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *influencer marketing Make Up “By Kukuh”*, menunjukkan peningkatan jumlah konsumen yang menggunakan jasa *Make Up “By Kukuh”* yaitu meningkat sebanyak 130 panggilan kerja. Hal tersebut didapatkan dari data yang diperoleh pada tahun 2021 sebanyak 124 panggilan kerja, tahun 2022 adalah sebanyak 254 panggilan kerja.

2. Kendala yang dihadapi *influencer marketing Make Up "By Kukuh"* dalam melaksanakan pemasaran adalah pesaing dalam hasil *make up*, harga, dan banyaknya *followers* pada akun Instagram. Pada dasarnya setiap konsumen pasti akan membandingkan hasil *make up*, harga, dan banyaknya *followers* sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan jasa *make up* dalam acara yang akan diselenggarakannya, dan daftar kegiatan, sulitnya membagi waktu jika ada konsumen yang tiba-tiba membatalkan jadwal yang sudah disepakati bersama. Karena setiap ada jadwal yang masuk segera dimasukkan ke dalam daftar kegiatan oleh *Make Up "By Kukuh"*. Ditambah lagi dengan kurangnya pemahaman *influencer* mengenai algoritma Instagram sehingga tidak menjangkau banyak penonton. Kurangnya antusias para peserta kelas kecantikan juga memberikan dampak yang kurang baik, karena sebagai *influencer* akan merasa aneh ketika kurang interaksi antara peserta dengan *influencer*. Ketika memposting mengenai promo yang sedang ada, *influencer* terkadang lupa akan batas waktu berlakunya *voucher* dan lagi ketika adanya promo potongan harga tidak semua masyarakat memelurkan jasa *Make Up "By kukuh"*. Menjalin hubungan dengan masyarakat memang bukan perkara yang mudah, dengan keadaan *influencer* yang banyak kesibukan menjadikan *influencer* terkadang lupa akan membalas pesan yang masuk, sehingga konsumen merasa *influencer* kurang tanggap. *Influencer* terkadang kurang dapat menarik perhatian masyarakat, sehingga banyak konsumen yang juga kurang paham mengenai *Make Up "By Kukuh"*. Ditambah lagi adanya konsumen yang memaksa untuk meminta harga terlalu rendah melebihi batasan harga yang Kukuh berikan kepada Diana melalui *voucher* diskon.

Membuat Diana bingung menanggapi sikap konsumen yang dinilai terlalu memaksa.

## **B. Saran**

Setelah melakukan analisis dan observasi, maka saran dari peneliti adalah:

1. Dalam melaksanakan strategi komunikasi *influencer marketing* dalam meningkatkan penjualan *Make Up "By Kuku"*

a. Saran Akademis

Peneliti selanjutnya didorong untuk mendapatkan kesempatan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang strategi komunikasi pemasaran.

b. Saran Praktis

Saran praktis dari hasil penelitian ini untuk meningkatkan penjualan produk makeup "By Kuku", tidak hanya mempromosikannya di Instagram, tetapi mempromosikannya di berbagai media seperti media cetak (brosur, pamflet, dll).

2. Untuk meminimalisir hambatan yang dihadapi oleh *influencer marketing* dalam meningkatkan penjualan *Make Up "By Kuku"*

a. Saran Akademis

Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat meneliti dengan melihat hambatan dalam penerapan strategi komunikasi *influencer marketing*.

b. Saran Praktis

Nasihat praktis tentang cara meminimalkan kendala yang dihadapi adalah baik selalu meng-*upgrade skill make up*, memberikan kualitas hasil *make up* yang maksimal dan memuaskan, mencoba menciptakan *engagement*

dengan *audience* yaitu selalu memposting foto dengan *caption* atau cerita yang berhubungan dengan foto yang ditampilkan, serta tetap melayani dengan semaksimal mungkin jika konsumen meminta perubahan jadwal karena pelayanan yang baik juga akan mendapat nilai tambah bagi konsumen.