

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, mengenai peran promosi dalam media sosial untuk meningkatkan penjualan di Kdkoreanmask, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Kdkoreanmask yaitu bauran pemasaran 4P yang berupa *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi) dan *promotion* (promosi). Dimana produk yang dipilih Kdkoreanmask adalah produk yang berkualitas, bagus dan dapat dipercaya. Selain itu juga memiliki harga yang bersaing dan karena memiliki lokasi yang kurang strategis pemilik Kdkoreanmask mempunyai cara tersendiri untuk memudahkan pelanggannya yang hendak datang ke toko seperti mencantumkan alamatnya di *google maps*. Promosi media sosial yang digunakan untuk melakukan pemasaran diantaranya instagram, whatsapp, facebook dan tiktok. Akan tetapi diantara media sosial tersebut yang paling berpengaruh dan diandalkan oleh pemilik Kdkoreanmask yaitu promosi melalui media sosial Instagram dengan selalu aktif membuat *instastory*, rajin *upload* produk terbaru di *feeds* instagram atau tiktok, melakukan *endorse* ke beberapa *selebgram* dan memberikan pelayanan sebaik mungkin supaya pelanggan merasa senang dan puas

ketika berbelanja di Kdkoreanmask sehingga mereka akan kembali lagi bahkan merekomendasikan kepada pelanggan lain.

2. Peran strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yaitu untuk lebih mengenalkan *online shop* Kdkoreanmask ke lebih banyak masyarakat dan pengguna media sosial lainnya supaya jangkauan yang diperoleh bisa lebih luas, selain itu juga untuk membantu konsumen menyediakan beberapa pilihan produk *skincare* dan *bodycare* yang mereka inginkan dan butuhkan dalam satu tempat supaya memudahkan mereka ketika ingin mencoba produk tersebut. Kdkoreanmask juga memilih menjualkan produk-produk yang sedang *trend* di media sosial dimana hal tersebut juga sangat berpengaruh untuk menarik minat konsumen dengan begitu dapat meningkatkan penjualan produk di Kdkoreanmask. Selain itu strategi pemasaran dalam media sosial untuk meningkatkan penjualan produk di Kdkoreanmask sangatlah mempengaruhi penjualan produk pada setiap tahunnya dimana pada tahun 2018 saat Kdkoreanmask mulai beroperasi mendapatkan penjualan 150pcs dengan perolehan Rp1.183.000, pada tahun 2019 memperoleh penjualan 386pcs dengan perolehan Rp9.504.000, pada tahun 2020 memperoleh penjualan 1.260pcs dengan perolehan Rp61.693.000, dan pada tahun 2021 memperoleh penjualan sebanyak 4.529pcs dengan penjualan sebanyak Rp111.226.000,

dari data yang diperoleh dapat ditentukan bahwa setiap tahun *online shop* Kdkoreanmask mengalami kenaikan penjualan produk.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk online shop Kdkoreanmask harus tetap menjaga dan mempertahankan kualitas produknya ataupun pelayanannya supaya konsumen juga tetap senang berbelanja di Kdkoreanmask dan tidak berpaling ke toko yang lainnya. Selain itu juga terus dapat mengikuti trend skincare ataupun bodycare yang sedang strend dalam promosinya supaya pelanggan tetap merasa betah serta terus mampu untuk meningkatkan promosinya agar dapat terus mencapai kenaikan penjualan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan literatur dalam penelitian selanjutnya dengan memiliki objek serta sudut pandang yang lebih maju lagi sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik dan mendalam agar dapat menambah pengetahuan serta menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya.