

BAB V

PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdasarkan data data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yang bertujuan melakukan evaluasi menyeluruh terkait penerapan/implementasi promosi Instagram oleh Toko Daging RPH dapat disimpulkan bahwa implementasi sosial media marketing Instagram terhadap penjualan Toko Daging RPH menjadi lebih optimal setelah dilakukan perbaikan optimalisasi secara terperinci dengan ada nya peningkatan volume penjualan. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dari wawancara terhadap 7 narasumber yang telah dinilai mampu memberi penjelasan terhadap penelitian. Berdasarkan penelitian mengenai evaluasi menyeluruh terkait penerapan/implementasi sosial media marketing Instagram oleh Toko Daging RPH apakah dapat mendorong peningkatan volume penjualan maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas Instagram terkait penerapan/implementasi sosial media marketing promosi Instagram oleh Toko Daging RPH yang dapat mendorong peningkatan volume penjualan yaitu:
 - a. Context/konteks, berupa bagaimana Toko Daging RPH sudah berhasil melakukan optimalisasi sosial media marketing dengan pengembangan konten secara foto maupun video yang menarik dilihat oleh konsumen maupun calon konsumen karena sudah terbukti dari bertambahnya jumlah followers yang signifikan dan ketertarikan para followers akan pembaruan Instagram toko secara menyeluruh.
 - b. Communication/komunikasi, berupa bagaimana Toko Daging RPH berhasil mengkomunikasikan toko, promosi hingga produk secara baik lewat Instagram dengan tampilan yang menarik sesudah optimalisasi untuk sosial media marketing dengan ada nya banyak ketertarikan dari konsep Instagram toko yang baru.

- c. Collaboration/kolaborasi, berupa keberhasilan Toko Daging RPH untuk melakukan sebuah kerjasama untuk menerapkan sosial media marketing dengan penggunaan fitur dan cara promosi Instagram yakni Paid Promote dan Insta Ads juga dengan adanya pertimbangan keefektifan dan biaya yang menyesuaikan budget dan pertimbangan bersama.
 - d. Connection/koneksi, berupa belum maksimalnya keberhasilan Toko Daging RPH dalam menjaga hubungan yang baik dengan para konsumen maupun calon konsumen karena belum responsif dalam menjawab pertanyaan via direct message Instagram meskipun sudah komunikatif dan informatif dalam menyampaikan produk dan promosi.
2. Perkembangan penjualan terkait penerapan/implementasi sosial media marketing promosi Instagram oleh Toko Daging RPH yang meningkatkan volume penjualan yaitu:
- a. Kondisi pasar, yang sudah baik, lengkap banyak varian dan cukup stabil secara harga dan mengikuti pasaran sehingga banyak konsumen yang tetap loyal untuk berbelanja di Toko Daging RPH meskipun kadang kala kehabisan stok daging akan tetapi bisa di pesankan untuk keesokan hari nya.
 - b. Kondisi dan kemampuan penjual, yang sudah baik dan teratur secara pengelolaan untuk melakukan sosial media marketing sehingga lebih optimal karena dilakukan secara hirarki dan sistematis dari bawah hingga keatas untuk persetujuan pemilihan waktu promosi, pemilihan konten dan design, pemantauan konten hingga evaluasi efektifitas promosi.
 - c. Kondisi dan modal, terbukti sudah baik dan mengalami peningkatan penjualan yang signifikan, dari data penjualan perbandingan 2021 dan 2022 semester 1 terjadi kenaikan rata rata sampai 21% pada 5 produk terlaris setelah dilakukannya optimalisasi sosial media marketing di Instagram.

- d. Manajemen pengelolaan Instagram, sudah mengalami pembenahan yang baik selama optimalisasi sosial media marketing dan memberi pengaruh dalam meningkatkan penjualan Toko Daging RPH dengan memperbaiki segi teknis konten, promosi dan pemanfaatan fitur Instagram dengan lebih baik dan teratur.

b. Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai evaluasi Instagram terkait penerapan/implementasi sosial media marketing promosi Instagram oleh Toko Daging RPH yang dapat mendorong peningkatan volume penjualan dapat diketahui masih ada hal yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Maka, peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan context/konteks, sebaiknya Toko Daging RPH harus belajar dan mengeksplorasi apa trend di dunia promosi dan pangsa pasar daging di kota Semarang agar bisa lebih mempunyai banyak ide dan pilihan dalam membuat konten yang akan dijadikan promosi di Instagram agar lebih menarik perhatian dari calon konsumen baru.
2. Untuk meningkatkan communication/komunikasi, sebaiknya Toko Daging RPH harus belajar dalam membuat design untuk pembuatan konsep profil agar Toko Daging RPH tidak hanya mengandalkan satu platform design online yang umum sehingga tim toko bisa memiliki pilihan untuk membuat design lebih baik dan tidak terterbatas satu platform design online.
3. Untuk collaboration/kolaborasi, Toko Daging RPH harus tetap aktif dalam melakukan pemanfaatan dalam melakukan sosial media marketing dengan menggunakan mitra media promosi baik itu paid promote maupun insta ads pada Instagram dengan pertimbangan biaya yang lebih diatur agar bisa tetap melakukan promosi secara terstruktur sesuai jadwal promosi yang sudah ditentukan oleh atasan.
4. Untuk connection/koneksi, sebaiknya Toko Daging RPH lebih memperhatikan hubungan dengan calon pelanggan maupun pelanggan yang

menghubungi lewat Instagram karena sering kali admin instagram toko tidak memperhatikan direct message yang masuk bahkan tidak dijawab sama sekali karena itu akan membuat citra toko terlihat buruk di mata pelanggan di Instagram.

5. Untuk mempertahankan kondisi Instagram dari Toko Daging RPH yang sudah berhasil dioptimalisasi untuk promosi, Toko Daging RPH harus memiliki atau merekrut sdm yang memang paham dan menghandle sosial media marketing secara baik sehingga bisa mengembangkan promosi lebih luas lagi dan bahkan bisa memulai sosial media baru selain Instagram untuk berpromosi berdasarkan jawaban narasumber yang mengatakan sulit nya dilakukan pengelolaan Instagram secara intens karena diharuskan untuk multitask jobdesc sembari mengurus promosi Instagram.

