

## **BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN**

### **7.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil observasi dan survey yang dilakukan di toko Tweny One Shop adalah bahwa toko Tweny One Shop selama ini tidak memiliki strategi pemasaran lain selain penjualan langsung di toko dan pemasaran melalui *e-commerce* Tokopedia. Dikarenakan hal inilah, tingkat penjualan toko Tweny One Shop tidak mengalami peningkatan yang signifikan karena usaha pemasaran mereka tidak mencapai ke target segmentasinya. Hal lain yang menyebabkan profit yang tidak meningkat adalah konsumen belum mengenal toko tersebut dan pemasaran yang tidak menarik minat dan perhatian mereka.

Strategi pemasaran baru yang telah dirancang penulis seperti melakukan potongan harga, gratis ongkir, dan bantuan promosi dari *selebgram* terbukti mampu membantu pemilik toko Tweny One Shop dalam mengalami peningkatan yang signifikan. Dari bantuan promosi yang dilakukan oleh *selebgram*, *followers* dari *selebgram* tersebut akan menjadi penasaran dengan produk yang dipromosikan oleh *selebgram* tersebut. Kemudian mereka akan menelusuri akun *instagram* toko Tweny One Shop dan melihat promosi yang ditawarkan oleh toko Tweny One Shop. Para konsumen yang tertarik pun akan melakukan pembelian. Selain itu, bantuan dari *selebgram* pun membantu pemilik usaha untuk menjangkau target segmentasi dan pasaran yang lebih luas. Kemudian pada *e-commerce Shopee* yang telah dibuat penulis, konsumen akan melakukan pembelian disana dikarenakan adanya potongan harga pada tanggal-tanggal tertentu seperti 11.11 dan 12.12 dan konsumen pun dapat langsung memasukkan orderannya dan diproses dengan lebih cepat.

### **7.2 Saran**

Terdapat beberapa saran dari penulis untuk pemilik toko Tweny One Shop. Saran tersebut diharap dapat membantu peningkatan penjualan toko Tweny One Shop di masa yang akan datang. Saran tersebut berupa :

1. Pemilik toko Tweny One Shop dapat meng-*endorse* selebgram lain agar dapat mencapai pasaran yang lebih luas lagi dan konsumen dari berbagai kalangan.

2. Pemilik usaha melakukan *update* produk di akun sosial media dan *e-commerce* nya agar konsumen memiliki banyak pilihan dan tidak ketinggalan *trend*.