

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang efektivitas ekspose bisnis melalui instagram diperoleh kesimpulan bahwa

1. Promosi yang dilakukan Kv_kaos.id dengan cara rajin memposting produk mereka di instagram. Aktif untuk menjawab setiap komentar yang diberikan oleh *follower*. Kv_kaos.id juga rajin meng*update* produk yang dijualnya. *Postingan* produk dibuat semenarik mungkin agar promosi yang dilakukan efektif.

2. Efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi diperoleh dari hasil kuisisioner diperoleh informasi bahwa rata-rata responden sangat sering mengakses instagram Kv_kaos.id. *Postingan* produk yang ditampilkan oleh Kv_kaos.id menarik sehingga konsumen berminat untuk membeli. Mereka juga melihat komentar di setiap *postingan* tentang produk yang ditampilkan merupakan komentar yang positif dari konsumen yang merupakan *follower* menimbulkan minat beli. Hasil kuisisioner juga didukung hasil wawancara yang dilakukan dengan bisnis lain yang menggunakan instagram untuk mempromosikan produknya yaitu Midoriya Baby Shop, Tezzen, Tagar, dan Pocato. Mereka juga berpendapat bahwa instagram efektif dalam membantu bisnis mereka. Penjualan mereka meningkat setelah menggunakan instagram sebagai media promosi. Startups seperti Kv_kaos.id selalu menghadapi tantangan bagaimana memaksimalkan keuntungan tanpa mengorbankan kualitas. Startup yang sukses harus dan tampaknya cukup fleksibel untuk bergeser dengan perubahan dalam teknologi dan mengadopsi internet dan iklim sosial. Pemasaran melalui media sosial khususnya instagram bisa menempatkan di peringkat tinggi platform pemasaran untuk bisnis apapun

terutama untuk perusahaan startup untuk bergerak dalam dunia yang kompetitif serba cepat.

5.2 Saran

1. Bagi Pengusaha

Instagram meskipun menjadi platform yang sukses sebagai media promosi, dalam penggunaannya harus dirancang secara kreatif dan menarik karena banyak sekali yang memanfaatkannya sebagai sarana untuk memasarkan produk.

2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas dan membandingkan efektivitas media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh *startup* dan UKM sebagai media promosi

