

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Temuan dalam penelitian ini yang dapat disimpulkan dalam beberapa hal untuk menjawab pertanyaan dan tujuan dari penelitian ini. Seperti yang sudah tertera pada pertanyaan penelitian ini, yaitu Bagaimanakah

Serta untuk mewujudkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisa bagaimana *online shop* yang berada di Whatsapp dapat melakukan kegiatan promosi serta untuk mengetahui manfaat yang di dapatkan selama menyampaikan promosi melalui Whatsapp, baik itu manfaat yang di dapatkan *online shop* maupun konsumen. Berikut ini merupakan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Sebagai Promosi Produk UMKM:

1. Destiashop merupakan *online shop* yang aktif beroperasi melalui Whatsapp *Business*. Sudah banyak konsumen yang membeli melalui *online shop* tersebut. Produk yang dipromosikan pun sudah sangat diminati oleh masyarakat. Selain itu produk yang dijual pun sangat lengkap, dan kualitasnya selalu dalam keadaan bagus sehingga membuat *online shop* tersebut selalu ramai pembeli.
2. Destiashop juga melakukan kegiatan promosi yang bertujuan supaya dapat menarik lebih banyak lagi calon konsumen untuk membeli melalui tokonya. Promosi yang dilakukan seperti *buy 1 get 1*, potongan harga jika membeli lebih banyak barang dalam sekali pembelian, diskon 50% pada setiap pembelian di hari jumat, dan *free gift* yang diberikan setiap pembelian di hari jumat. Promosi tersebut membuat beberapa konsumen tertarik dengan promosi tersebut, sehingga dapat menarik calon konsumen untuk membeli produk yang sudah dipromosikan
3. Promosi melalui Whatsapp mendapatkan manfaat yaitu tidak memerlukan anggaran biaya yang banyak dalam promosi, tampilan

Whatsapp yang mudah untuk digunakan, beberapa fitur mendukung seperti Status Whatsapp serta *Bot* membuat *online shop*, kemudian tidak adanya biaya admin seperti *E-Commerce* lainnya.

4. Pemilihan promosi yang tepat selama melakukan kegiatan usaha di Whatsapp sangat bergantung dalam menarik konsumen untuk berbelanja melalui *online shop* di Whatsapp, sehingga harus dipertimbangkan terlebih dahulu setiap fitur yang telah disediakan Whatsapp, sehingga promosi yang dilakukan akan berjalan dengan maksimal dan dapat memberikan manfaat atau keuntungan bagi *online shop* maupun konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terkait Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Sebagai Promosi Produk, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Untuk para UMKM yang ingin membuka usaha melalui *online shop* supaya dapat memahami dengan jelas setiap media sosial yang akan digunakan dalam melakukan promosi, apabila setiap fitur yang terdapat pada media sosial dipelajari dengan baik, maka hasil dari promosi yang akan dilakukan nantinya akan memberikan manfaat serta keuntungan bagi *online shop*.
- b. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti fenomena yang serupa yakni pemanfaatan media sosial Whatsapp sebagai promosi produk UMKM, disarankan untuk meneliti lebih dalam terkait penggunaan dalam media sosial tersebut. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat meneliti lebih dalam proses promosi yang ada dalam *online shop*.