

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan yang telah dijabarkan secara detail pada bab sebelumnya, pada bab ini akan ditarik kesimpulan. Simpulan yang dimaksud di sini diperuntukkan menjawab pertanyaan dan tujuan penelitian ini. Seperti yang sudah dijelaskan di pendahuluan, pertanyaan penelitian ini yaitu, promosi penjualan *skincare preloved* pada Line Group Chat *Skincare Enthusiast*. Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu mengetahui tentang promosi yang dilakukan dalam menjual produk *skincare preloved* dalam Line grup chat *skincare enthusiast* dan bagaimana cara promosi yang dilakukan para anggota yang berjualan. Berikut merupakan kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang berjudul “Promosi Skincare Preloved Dalam Line Grup Chat “*Skincare Enthusiast*”:

perlu diketahui bahwa kesimpulan dari analisis yang dilakukan terhadap hasil wawancara informan menunjukkan beberapa temuan penting terkait dengan strategi promosi produk *skincare preloved* di Line grup chat *Skincare Enthusiast*. Berikut adalah poin-poin utama yang dapat disimpulkan:

1. Tahapan promosi yang dilakukan oleh para informan sudah dilakukan dengan baik. Mulai dari memasukan foto produk yang mereka jual, mencantumkan informasi produk seperti *ingredients*, tanggal pembelian, manfaat, tanggal kadaluwarsa, serta memberikan alasan kenapa produk tersebut di jual.
2. Promosi yang dilakukan oleh para informan masih belum efektif, ini terbukti dari ketiga informan hanya informan 1 yang berhasil menjual produk *skincare preloved*.
3. Penggunaan media komunikasi seperti Line grup chat ini dianggap tidak efektif karena banyak anggota yang sudah tidak aktif di grup hingga para anggota yang lain masih memilih *platform* lain sebagai tempat berbelanja.

Dengan mempertimbangkan temuan-temuan ini, para penjual *skincare preloved* dapat terus mengembangkan strategi-promosi mereka dengan lebih

inovatif dan efektif di masa depan. Penting untuk terus memantau respons pasar dan mengadaptasi pendekatan mereka agar tetap relevan dalam komunitas digital yang dinamis seperti Line grup chat Skincare Enthusiast.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan promosi produk skincare preloved di Line grup chat Skincare Enthusiast, ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas strategi promosi:

1. Pemanfaatan Konten Visual yang Menarik: Selain teks, pertimbangkan untuk mengintegrasikan konten visual yang lebih menarik seperti gambar produk atau video pendek yang menjelaskan manfaat dan penggunaan produk. Konten visual dapat membangkitkan minat lebih cepat daripada teks biasa dan membantu produk Anda menonjol di antara pesaing.
2. Sesi Tanya Jawab Langsung (*Live Q&A*): Selenggarakan sesi tanya jawab langsung di dalam grup chat. Hal ini akan memungkinkan calon pembeli untuk berinteraksi langsung dengan penjual, mengajukan pertanyaan yang relevan tentang produk, dan mendapatkan jawaban secara real-time. interaksi langsung seperti ini bisa meningkatkan kepercayaan dan memperkuat hubungan antara penjual dan konsumen potensial.
3. Para informan disarankan untuk mencoba *platform* lain untuk mempromosikan produk yang mereka jual.

Dengan menerapkan saran-saran ini, Anda dapat meningkatkan efektivitas promosi produk skincare preloved Anda di Line grup chat Skincare Enthusiast.