

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa CSS memilih Instagram sebagai *platform* utama untuk promosi produk mereka dengan memahami potensi media sosial khususnya Instagram, CSS dapat mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan memanfaatkan fitur-fitur seperti iklan yang disesuaikan dengan preferensi audiens. Kemudian CSS berhasil mengintegrasikan strategi promosi online dan offline dengan menggunakan berbagai *platform* termasuk Instagram, TikTok, Facebook, dan Shopee, untuk mencapai audiens dengan konten yang bervariasi, mulai dari foto hingga video. Selain media sosial dan *marketplace*, CSS juga memanfaatkan teknologi lainnya seperti menggunakan sistem *Point of Sale* (POS) dan integrasi dengan *marketplace* untuk memudahkan pengelolaan *database* produk dan transaksi pada berbagai *platform*.

Dalam promosinya, CSS juga aktif terlibat dengan komunitas penggemar sepakbola (BCS) dan klub PSS. Melalui kolaborasi dengan SMBD Apparel dan band BCS, CSS tidak hanya mempromosikan produk tetapi juga menciptakan pengalaman seni, mode, dan musik yang dapat meningkatkan keterlibatan penggemar. Selain fokus pada promosi, CSS juga menekankan peningkatan kualitas produk mereka. Mereka memastikan produk yang diiklankan benar-benar tersedia dan terus berupaya untuk meningkatkan kualitas dan variasi produk secara bertahap dan terus berusaha untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan tren.

Dengan menggabungkan semua elemen ini, CSS berhasil menciptakan citra merek yang kuat, meningkatkan penjualan produk, dan mempertahankan hubungan yang positif dengan pelanggan serta pihak terkait.

5.2 Saran

Dari analisis data dan informasi yang telah disajikan di atas, berikut adalah beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan kepada Curva Sud Shop guna meningkatkan penjualan produk *merchandise* CSS:

1. Penggunaan Media Sosial yang Lebih Optimal

CSS perlu konsisten dalam penggunaan Instagram sebagai *platform* utama, tetapi juga mempertimbangkan penggunaan *platform* lain seperti TikTok dan Facebook dan juga memahami algoritma sekaligus tren media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi. CSS juga perlu meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam konten media sosial untuk tetap menarik perhatian target pasar.

2. Pemahaman dan Interaksi dengan Pelanggan

CSS perlu meningkatkan interaksi dua arah dengan pelanggan melalui DM Instagram, Whatsapp, dan kolom komentar di media sosial dengan meminta umpan balik pelanggan dan menanggapi secara positif untuk membangun hubungan yang lebih erat. Kemudian CSS melakukan penelitian pasar untuk memahami lebih dalam preferensi pelanggan dan kebutuhan pasar yang terus berubah.

3. Pengelolaan Stok dan Pembaruan Produk Secara *Real-Time*

CSS perlu melakukan pengelolaan stok produk yang meliputi proses pengaturan, pemantauan, dan kontrol atas persediaan produk CSS. Dengan memahami secara rinci jumlah dan variasi produk yang dimiliki, CSS dapat mengantisipasi permintaan pelanggan, mencegah kelebihan stok, dan memastikan ketersediaan barang yang diinginkan. CSS secara aktif memastikan bahwa informasi stok produk yang tersedia di toko mereka diperbarui secara berkala.