

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penjelasan yang sudah diuraikan peneliti secara keseluruhan pada bab sebelumnya, dapat dijadikan sebuah kesimpulan bahwa pemanfaatan live instagram sebagai media promosi berhasil dilakukan oleh Ud Madjoe dengan menggunakan berbagai fitur live Instagram seperti, fitur komentar ini sangat penting untuk kedua belah pihak antara Ud Madjoe dan followers untuk mengetahui detail produk yang akan dibeli oleh calon pembeli, fitur menyapa ini digunakan untuk membangun kedekatan antara host dan followers agar terbentuknya hubungan antara host dan followers, fitur bergabung ini bukan hanya followers Ud Madjoe dapat menonton tetapi dari partner kolaborasi, fitur pertanyaan ini supaya host tahu apa yang ditanyakan oleh calon pembeli dan calon pembeli agar tidak salah untuk menanyakan detail produk yang di promosikan oleh Ud Madjoe, fitur share ini membagikan Instagram live kepada followers agar mengetahui bahwa Ud Madjoe sedang melakukan Instagram live, fitur filter ini hanya digunakan pada saat mengobrol dan sedang tidak menjelaskan detail produk agar terlihat lebih santai.

Serta fitur-fitur yang digunakan dengan teori SOME. Hal ini menunjukkan Share, untuk mempromosikan produk kepada audiens dan dijangkau lebih luas, Optimize, untuk membuat live Instagram Ud Madjoe lebih menarik pada tampilan saat live sedang berlangsung ketika disajikan kepada audiens, Manage untuk membantu melihat komentar yang masuk dan jika ada pertanyaan langsung yang audiens tanyakan agar dapat langsung direspon oleh host, Engage ini dengan adanya bergabung dengan kolaborator dapat menambah engagement dari viewers atau followers dari akun kolaborator.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Instagram Live bukan hanya menjadi alat pemasaran tambahan, tetapi telah menjadi bagian dari strategi promosi digital UMKM seperti UD Madjoe dalam menyadari persaingan bisnis yang ada dan semakin kompetitif di era media social sekarang.

5.2 Saran

5.2.1 Kepada Pihak Ud Madjoe

Menurut peneliti Ud Madjoe harus sedikit lebih ketat pada saat penyortiran produk yang akan di promosikan pada live Instagram, serta dapat memiliki value yang bagus untuk dijual lagi untuk beberapa reseller dari Ud Madjoe. Pada bagian manage ud madjoe harus lebih baik atau diberikan klasifikasi untuk produk produk yang ada flaws atau minus agar audiens tidak kecewa pada saat menerima produk.

5.2.2 Kepada Pihak Fashion Enthustast

Dalam proses mengikuti fashion tren mode berkelanjutan merupakan langkah yang positif, dalam mendorong pertumbuhan industri fashion yang ada. Serta memberikan edukasi lingkungan sekitar yang belum paham fashion mengenai slow fashion, pemanfaatan kembali pakaian, dan dampak negatif fast fashion terhadap lingkungan. Partisipasi aktif dalam komunitas fashion lokal, kolaborasi kreatif, dan pemberian ulasan jujur terhadap produk juga menjadi bentuk kontribusi yang dapat memperkuat posisi UMKM di pasar digital.

5.2.3 Kepada Peneliti Selanjutnya

Dalam memperluas ruang lingkup penelitian agar lebih banyak melibatkan para UMKM yang berada dibidangnya. Serta memfokuskan pada aspek tertentu seperti efektivitas strategi pemasaran digital atau analisis perilaku konsumen dalam membeli pakaian bekas secara online. Penelitian lanjutan ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi lebih mendalam dalam pengembangan strategi pemasaran UMKM di era digital, khususnya dalam sektor fashion bekas yang terus berkembang.

