

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai peran media Instagram dalam promosi produk suku cadang di Toko Anggi Part yang menggunakan bauran pemasaran 7P, berikut adalah kesimpulannya:

1. Pentingnya Media Instagram dalam Promosi:

Media Instagram telah terbukti menjadi alat promosi yang sangat efektif bagi Toko Anggi Part. Dengan fitur-fitur seperti posting foto, video, Instastory, dan Highlights, Instagram membantu dalam meningkatkan visibilitas produk, menarik perhatian konsumen, dan memperkuat brand awareness. Keberhasilan ini tercermin dari peningkatan jumlah pengikut dan interaksi positif dengan pelanggan.

2. Integrasi dengan Bauran Pemasaran 7P:

Instagram berperan signifikan dalam mendukung berbagai elemen bauran pemasaran 7P yang diterapkan oleh Toko Anggi Part, termasuk produk, harga, tempat, dan promosi. Media sosial ini mempermudah promosi produk dengan konten visual yang menarik, informasi harga yang kompetitif, dan akses yang mudah ke lokasi toko baik secara online maupun offline.

3. Peningkatan Penjualan:

Penggunaan Instagram sebagai media promosi berkontribusi pada peningkatan penjualan di Toko Anggi Part. Fitur promosi di Instagram, seperti paid promote dan konten berbayar, telah membantu dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik konsumen baru, sehingga berdampak positif pada volume penjualan.

4. Efektivitas Strategi Promosi:

Strategi promosi yang diterapkan melalui Instagram—termasuk pengelolaan akun yang terintegrasi dengan baik, penggunaan konten yang menarik, dan interaksi aktif dengan pengikut—membantu dalam membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran.

5. Kesesuaian dengan Tren Digital:

Penelitian menunjukkan bahwa Toko Anggi Part berhasil menyesuaikan strategi pemasaran dengan tren digital terkini, dengan memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas promosi. Hal ini selaras dengan kebutuhan konsumen yang semakin mengandalkan media sosial untuk mendapatkan informasi produk dan melakukan pembelian.

Secara keseluruhan, media Instagram memainkan peran krusial dalam strategi pemasaran Toko Anggi Part, mendukung bauran pemasaran 7P, dan secara signifikan meningkatkan penjualan produk suku cadang.

Komunikasi pemasaran dilakukan melalui Instagram, di mana pemilik toko Anggi Part aktif mempromosikan produk melalui aplikasi ini. Fitur yang sering digunakan termasuk unggah foto di Instastory dan Highlights Story. Melalui Instastory, Anggi Part menginformasikan produk terbaru dan kondisi toko setiap hari. Unggahan foto digunakan untuk memposting produk baru dengan tata letak yang menarik. Highlights Story dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi penting seperti prosedur pemesanan online, lokasi toko, alamat Shopee, dan lainnya. Penggunaan fitur ini dianggap sangat efektif dalam mempromosikan produk Anggi Part karena dapat menyampaikan pesan secara langsung kepada konsumen. Dengan jumlah pengikut yang mencapai 141 ribu, Instagram membantu Anggi Part dalam

memperluas jangkauan promosi produknya.Keunggulan dari online shop Anggi Part dibandingkan dengan online shop lainnya terletak pada kemampuannya menyampaikan pesan kepada konsumen melalui fitur-fitur yang tersedia di Instagram, serta menjaga keberlangsungan produk yang selalu terbaru pada setiap variasinya. Dengan menawarkan harga yang sedikit lebih rendah daripada online shop lain, Anggi Part berhasil menarik konsumen untuk berbelanja meskipun selisih harganya tidak terlalu besar.

5.2. Saran

Penelitian Anda mengenai peran Instagram dalam meningkatkan penjualan sparepart motor di Toko Anggi, dengan pendekatan teori bauran pemasaran 7P, bisa dimanfaatkan oleh sejumlah pihak.

1. Pemilik dan Manajemen Toko Anggi: Mereka dapat memanfaatkan temuan dari penelitian ini untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka dengan menerapkan konsep 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) di Instagram. Hasil penelitian dapat membantu dalam menyusun rencana pemasaran yang lebih efektif, yang berpotensi meningkatkan penjualan dan memperkuat kesadaran merek.
2. Pelaku Usaha di Industri Otomotif: Pelaku usaha lain yang menjual sparepart motor atau produk terkait di industri otomotif juga bisa mendapat manfaat dari penelitian ini. Mereka bisa belajar dari strategi yang diterapkan oleh Toko Anggi dan melihat bagaimana komponen 7P diterapkan dalam pemasaran digital melalui Instagram.
3. Akademisi dan Peneliti: Dosen, peneliti, dan mahasiswa yang mendalami pemasaran digital, khususnya yang berfokus pada bauran pemasaran 7P, dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai studi kasus atau referensi untuk mengembangkan teori dan aplikasi pemasaran dalam konteks media sosial.

4. Konsultan Pemasaran dan Digital Marketers: Profesional di bidang pemasaran dan konsultan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk memberikan saran yang lebih tepat kepada klien mereka di industri otomotif atau sektor lain yang relevan. Temuan Anda dapat diadaptasi untuk membantu klien dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka di Instagram.

5. Mahasiswa dan Pelajar: Penelitian ini bisa menjadi referensi bagi mahasiswa yang sedang menempuh studi di bidang pemasaran, manajemen bisnis, atau komunikasi digital. Mereka dapat menggunakan penelitian ini sebagai contoh penerapan teori bauran pemasaran 7P dalam strategi media sosial untuk meningkatkan penjualan.

Secara keseluruhan, penelitian ini dapat memberikan wawasan penting bagi berbagai pihak yang berkecimpung dalam pemasaran digital dan pengembangan strategi bisnis di era media sosial.