

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pusat Oleh-Oleh Yummy, sebuah UMKM di Blora yang menjual aneka camilan dan oleh-oleh, telah berusaha memanfaatkan *platform* TikTok sebagai salah satu strategi pemasaran. Namun, meskipun telah memiliki akun TikTok, *Pusat Oleh-Oleh Yummy* masih mengalami penurunan penjualan karena strategi promosi yang belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari postingan di akun TikTok *Pusat Oleh-Oleh Yummy* yang masih sedikit dan konten yang diunggah juga belum menarik perhatian pengguna TikTok. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada target pasar melalui media sosial TikTok. Berdasarkan analisis, TikTok menjadi salah satu pilihan yang efektif karena keunggulan algoritmanya yang unik, sehingga video yang diunggah dapat menjangkau semua kelompok usia dan mendapatkan keterlibatan pengguna yang lebih tinggi.

Hasil *project* video promosi yang telah diproduksi dapat membantu meningkatkan penjualan dan engagement akun TikTok *Pusat Oleh-Oleh Yummy*. Dalam waktu satu bulan, engagement rate akun TikTok @happyummy89 mengalami kenaikan sebesar 16,28%, dari 6,12% menjadi 22,4%. Selain itu, produksi video promosi melalui media sosial TikTok juga dapat meningkatkan penjualan produk-produk *Pusat Oleh-Oleh Yummy*, seperti mie lidi yang mengalami kenaikan penjualan sebesar 74,9%. Sementara itu, produk lainnya seperti keripik usus, keripik gadung, belalang kayu goreng, keripik sagu tempe, tumpi, basreng, dan onde-onde ketawa dan keripik belut juga menunjukkan kenaikan penjualan yang baik, dengan kenaikan masing-masing sebesar 74,6%, 69,7%, 64,8%, 55,8%, 37,9%, 37,1%, 34,7% dan 28,7%. Peningkatan penjualan yang konsisten dan peningkatan *engagement rate* menunjukkan bahwa TikTok efektif sebagai media promosi.

Setelah *project* ini selesai, klien menyadari pentingnya keberlanjutan konten media sosial untuk mempertahankan *engagement*. Oleh karena itu, klien membuka lowongan untuk mencari admin atau *content creator* untuk mengelola media sosial TikTok milik *Pusat Oleh-Oleh Yummy*. Diharapkan melalui video promosi yang telah diproduksi ini dapat menjadi salah satu contoh penerapan strategi promosi yang efektif dan kreatif dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan. Dengan demikian, penulis juga berharap *Pusat Oleh-Oleh Yummy* dapat terus berkembang dan meningkatkan kesuksesannya dalam industri oleh-oleh.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Klien (*Pusat Oleh-Oleh Yummy*)

- *Pusat Oleh-Oleh Yummy* perlu memanfaatkan media sosial sebagai salah satu saluran promosi untuk meningkatkan jangkauan target pasar dan efektivitas promosi.
- *Pusat Oleh-Oleh Yummy* perlu konsisten dalam membuat konten, mengevaluasi efektivitas konten yang dibuat dan aktif berinteraksi dengan audiens untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
- *Pusat Oleh-Oleh Yummy* perlu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih luas agar dapat meningkatkan penjualan.

5.2.2 Bagi Penulis Karya Selanjutnya

- Melakukan riset dan wawancara yang lebih mendalam tentang analisis permasalahan, target audiens dan preferensi audiens terhadap video promosi.
- Mengembangkan perencanaan konsep dan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan kreatif untuk meningkatkan efektivitas promosi.
- Menggunakan teknologi yang lebih canggih untuk meningkatkan kualitas video promosi dan proses produksi.