



BAB V PENUTUP

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan

Dari hasil penelitian mengenai “Pemanfaatan Fitur Instagram *Shopping* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Toko *Online* Carl & Claire”. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Fitur Instagram *Shopping* bermanfaat bagi media komunikasi pemasaran toko *online* Carl & Claire. Dari gabungan fitur-fitur yang termasuk dalam fitur Instagram *Shopping*, fitur yang paling sering digunakan oleh Carl & Claire adalah fitur label produk. Fitur label produk mengarahkan calon konsumen langsung ke halaman detail produk, sehingga bermanfaat bagi komunikasi pemasaran toko *online* Carl & Claire dalam menyampaikan informasi mengenai produk seperti deskripsi, ketahanan produk, serta harga. Fitur Instagram *Shopping* juga bermanfaat dalam meningkatkan *traffic* ke *website* www.carlandclaire.com sebanyak 1.000 hingga 2.000 pengunjung per bulannya melalui fitur “*view on website*” dan mendatangkan pesan ke Instagram toko Carl & Claire melalui fitur “*message carl and claire*”. Fitur Instagram *Shopping* juga bermanfaat dalam menyampaikan informasi mengenai promosi dengan label harga, serta mendapatkan *exposure* produk dengan menggabungkan fitur label produk dengan fitur Instagram *Feeds* dan *Reels*. Dapat disimpulkan bahwa fitur Instagram *Shopping* yang digunakan oleh toko *online* Carl & Claire bermanfaat bagi komunikasi terhadap calon konsumen terkait 4 konsep bauran pemasaran, yaitu konsep *product, price, place, dan promotion*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Fitur Instagram *Shopping* sebagai media komunikasi pemasaran toko *online* Carl & Claire memiliki kelebihan yaitu letak tombol “*Shop*” yang sangat strategis di aplikasi Instagram sehingga memudahkan calon konsumen yang merupakan *followers* toko *online* Carl & Claire dalam mengeksplor produk-produk Carl & Claire serta memungkinkan *non-followers* untuk terespos kepada toko serta produk-produk Carl & Claire. Sedangkan kekurangan dari fitur Instagram *Shopping* sebagai media komunikasi pemasaran toko *online* Carl & Claire adalah tidak tersedianya beberapa fitur Instagram *Shopping* seperti fitur pembayaran dalam aplikasi, sehingga membuat proses transaksi yang harus dilewati konsumen lebih panjang.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah peneliti peroleh selama melakukan penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah acuan baru bagi penelitian di kemudian hari. Bagi mahasiswa yang ingin membuat penelitian dengan topik serupa, penelitian berikutnya diharapkan dapat menggunakan teori atau konsep penelitian yang lebih baru. Penelitian berikutnya juga dapat dilakukan dengan metode kuantitatif, dan juga menggunakan lebih dari satu toko *online*.

2. Saran Praktis

Pemanfaatan fitur Instagram *Shopping* sebagai media komunikasi pemasaran toko *online* Carl & Claire sudah tepat. Tetapi sangat disayangkan frekuensi penggunaan fitur Instagram *Shopping* yang digunakan tidak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sebanding dengan frekuensi penggunaan fitur Instagram lainnya sehingga pemanfaatan fitur Instagram *Shopping* sebagai media komunikasi pemasaran took *online* Carl & Claire belum maksimal. Apabila berkenan, Carl & Claire dapat menggunakan seluruh fitur Instagram *Shopping* selain yang sudah digunakan, seperti fitur koleksi.

Saran untuk para pemilik toko yang menggunakan fitur Instagram *Shopping* sebagai media komunikasi pemasaran toko *online*-nya, sebaiknya selalu memperbarui detail produk serta aktif menggunakan fitur-fitur Instagram *Shopping*. Peneliti seringkali menemukan bahwa ada beberapa toko-toko *online* di Instagram yang terlambat memperbaharui harga produk dan tidak konsisten menggunakan fitur-fitur Instagram *Shopping* sehingga terlihat bahwa halaman toko Instagram *Shopping* tersebut tidak terpelihara. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi calon konsumen yang hendak melakukan transaksi dengan toko tersebut.

Peneliti juga ingin menyampaikan saran kepada pihak-pihak pengembang aplikasi Instagram, agar seluruh fitur-fitur dalam gabungan fitur Instagram *Shopping* dapat digunakan di negara Indonesia, termasuk fitur pembayaran dalam aplikasi. Peneliti yakin bahwa dengan tersedianya fitur pembayaran dalam aplikasi akan memudahkan dua pihak, yaitu pemilik toko maupun pembeli.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.