

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan penelusuran online yang dilaksanakan Berrybenka tentang pemanfaatan Tiktok sebagai media promosi Berrybenka, dapat diambil beberapa kesimpulan, diantaranya yaitu pemanfaatan dilakukan melalui beberapa proses :

- 1) Memanfaatkan peluang dengan strategi promosi, yang diantaranya sebagai berikut yaitu :
 - Periklanan
 - Promosi penjualan
 - Penjualan tatap muka dan
 - Pemasaran langsung.
- 2) Keputusan terhadap penggunaan Tiktok, Jason Lamuda memilih Tiktok sebagai media promosi Berrybenka dan menggunakan Tiktok sebagai alat pemasaran dengan melakukan langkah-langkah seperti :
 - kelengkapan informasi
 - Perencanaan konten dan
 - Perencanaan fitur Tiktok.
- 3) Tindakan pelaksanaan pemanfaatan yang dilakukan melalui fitur-fitur pada Tiktok yaitu :
 - Postingan
 - Live streaming
 - Tiktok Shop
 - Hyperlink.

Promosi produk yang dilakukan oleh Berrybenka salah satunya yaitu menggunakan teori polimedia. Yang di mana teori polimedia itu menjadi penghubung atau pengantar dari media sosial Tiktok yang digunakan oleh Berrybenka. Kemudian Tiktok ini menyediakan hyperlink yang bersifat multi-platform, yang di mana dari media sosial Tiktok bisa menghubungkan ke media sosial atau marketplace lain.

Meskipun pemanfaatan Tiktok sebagai media promosi produk Berrybenka terbukti efektif, namun tetap ada kendala yang dihadapi pada proses promosinya. Kendala yang terjadi selama proses promosi produk Berrybenka melalui Tiktok yaitu berupa kendala baik dari internal maupun eksternal. Yang di mana kendala internal merupakan sakitnya mereka yang bekerja diindustri e-commerce, karena merasa ahli dalam bisnis ini. Oleh karena itu akan sulit bagi mereka untuk mengambil e-commerce yang berkembang yang terjadi pada saat ini. Selain keterbatasan internal, kendala eksternal juga mempengaruhi konsumen dalam kaitannya dengan perilaku pembelian mereka. Konsumen Indonesia terbiasa membeli barang-barang fashion, gadget, dan elektronik di toko-toko. Karena banyak dari mereka yang tidak mau membeli secara online lagi.



5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kendala yang terjadi selama proses promosi produk Berrybenka melalui Tiktok. Maka dari itu, berikut beberapa saran yang dapat digunakan untuk menjadi bahan acuan agar menjadi lebih baik kedepannya, yaitu :

- 1) Berrybenka perlu meningkatkan lagi pelayanan pada live streaming dalam mempromosikan produknya, sehingga dalam pelaksanaan kegiatan promosi Berrybenka melalui Tiktok tetap bisa memberikan kenyamanan untuk pelanggan dalam interaksi penjualan produknya.
- 2) Berrybenka perlu meningkatkan dalam memproduksi ide atau inovasi yang berkaitan dengan kegiatan promosi dalam mengunggah konten dengan rutin agar dapat memperluas jangkauan pasar.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, dikarenakan Tiktok merupakan media yang tergolong baru dan terus berkembang, peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti akun Tiktok yang lain atau menggunakan metode yang berbeda dari penelitian ini.