

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, setelah melewati proses analisis dan pembahasan mengenai strategi promosi yang dijalankan oleh MJC Indonesia dalam meningkatkan konsumen maka peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa dalam menjalankan strategi promosi dapat dilihat dari beberapa poin dari bergesernya tiktok sebagai media promosi dengan bauran komunikasi pemasaran yaitu *promotion mix* yang dilakukan oleh MJC Indonesia. Beberapa elemen *promosi mix* ini antara lain iklan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publikasi (*publicity*). MJC berhasil menggunakan semua elemen ini dengan baik.

Keberhasilan *advertising* MJC Indonesia dengan memanfaatkan Tiktok *Ads* untuk menaikan insight iklan poster dan konten video tiktok, dan juga membuat konsep konten hiburan. *personal selling* MJC Indonesia memanfaatkan fitur Tiktok live dan juga membuat konsep konten challenge menawarkan secara langsung tatap muka produk mereka kepada khalayak saat membuat konten. Dengan dibantu dengan *sales promotion* berupa konten video Tiktok review produk yang dilakukan oleh tim conten creator kepada khalayak umum untuk mengenalkan dan mempromosikan brand MJC, dan juga adanya event promo

tertu yang membantu merangsang khalayak untuk membeli brand MJC dan juga memanfaatkan fitur keranjang kuning atau Tiktok shop. Sedangkan untuk publikasi MJC fokus pada digital marketing melalui Tiktok untuk memberikan informasi produk terbaru dan informasi promo. Semua informasi terbaru dari MJC Indonesia di publikasikan pada akun Tiktok MJC yaitu @mjcindonesia1 dan @mjcstoreofficial, selain itu MJC Indonesia rutin mempublikasikan minimal 2 informasi atau konten di akun tiktok nya setiap hari.

Berdasarkan hal tersebut peneliti menyimpulkan bahwa keberhasilan MJC Indonesia dalam melakukan strategi promosi mereka lewat *advertising, personal selling, sales promotion* dan *publikasi* melalui akun Tiktok @mjcindonesia1 dan @mjcstoreofficial. Karena kemajuan teknologi saat ini, hal ini sangat penting untuk proses pengembangan penjualan bisnis, karena mulai bergesernya minat belanja dari offline ke online, Maka memilih pemasaran yang berfokus pada digital marketing dengan menggunakan media sosial Tiktok sangat dibutuhkan.

5.2 Saran

Setelah melaksanakan penelitian mengenai “Strategi Promosi MJC Indonesia Dalam Meningkatkan Konsumen melalui media sosial Tiktok”, Selanjutnya, peneliti membuat rekomendasi berdasarkan temuan peneliti, sehingga kemudian dapat digunakan sebagai bahan penilaian dan evaluasi bagi pihak MJC khususnya, adapun saran peneliti sebagai berikut :

1. Untuk terus meningkatkan kualitas produk Sepatu dari MJC Indonesia dengan memberikan inovasi – inovasi terbaru.
2. Terus meningkatkan kreatifitas dalam membuat konten promosi dengan memperhatikan konsep, dan bahasa yang mudah dipahami dan tidak kaku.
3. Terus mengikuti trend terkini baik dari segi konten maupun produk agar tetap eksis di era apapun.