

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, Smarttools telah melakukan unsur *green promotion* hanya melalui *social media* untuk memasarkan produk baterai isi ulangnya sebagai *green product* di tiga *platform* yakni Tiktok dan Instagram. Smarttools tidak hanya berfokus pada penjualan produk ramah lingkungan mereka, tetapi juga berusaha keras untuk mendorong masyarakat untuk beralih ke baterai yang dapat digunakan kembali dengan memberikan konten edukasi dan informasi mengenai lingkungan. Mereka menggunakan strategi *social media* yang terperinci, termasuk penggunaan *hashtag*, *caption*, dan *thumbnail* untuk menjangkau audiens lebih banyak. Upaya Smarttools dalam hal ini tampaknya sangat serius, terbukti dari jadwal postingan yang konsisten. Mereka mengunggah video setiap hari pada jam yang rutin, dengan tambahan 8 *story* dan 2 *feeds* setiap minggunya. Sayangnya hal tersebut tidak dilakukan Smarttools di *platform* Youtube. *Green promotion* pada Youtube kurang maksimal dikarenakan tidak ada konten khusus mengenai edukasi lingkungan. mereka hanya menyelipkan 1 kalimat ajakan untuk ramah lingkungan

Meskipun pada awalnya mereka mungkin tidak memiliki pemahaman atau niat untuk melakukan *green marketing*, namun secara tidak sadar mereka telah menerapkan dua dari prinsip *green marketing* yakni *green*

promotion melalui *social media* untuk memasarkan *green product*-nya yakni baterai isi ulang. Akan tetapi, masih belum bisa dikategorikan telah melakukan *green marketing* karena Smarttools hanya melakukan dua prinsip dari empat prinsip untuk dikategorikan sebagai *green marketing* yaitu *green promotion* dan *green product*.

5.2 Saran

Setelah penulis melakukan penelitian dalam sebuah rumusan masalah terkait *green marketing communication* baterai isi ulang Smarttools melalui *social media*, penulis ingin memberikan saran kepada Smarttools dan pelaku usaha lainnya untuk lebih banyak belajar dan memahami terkait macam-macam jenis *marketing* khususnya pelaku usaha yang ramah lingkungan untuk dapat mempelajari *green marketing* atau teknik *marketing* lainnya. Sementara itu, penulis juga menyarankan untuk melakukan kajian lanjutan terkait dampak dari *green marketing* yang dilakukan oleh Smarttools. Penulis juga menyarankan peneliti lain untuk mengangkat konsep *green marketing* ini menjadi topik penelitian mengingat isu-isu lingkungan semakin meningkat di masyarakat.