

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil rangkaian analisis yang telah dilakukan mengenai Analisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Dinda Beauty Studio Gresik), maka diperoleh sejumlah poin kesimpulan sebagai berikut : Promosi yang dilakukan melalui platform Instagram memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan di Dinda Beauty Studio. Aktivitas digital marketing yang diterapkan secara konsisten – seperti unggahan konten secara rutin serta pemanfaatan berbagai fitur yang tersedia di Instagram – terbukti efektif dalam menarik perhatian calon konsumen baru sekaligus menjaga loyalitas pelanggan yang sudah ada. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membangun hubungan yang lebih dekat antara bisnis dan audiensnya.

Dalam menjalankan strategi bisnis, Dinda Beauty Studio dihadapkan pada delapan faktor internal dan delapan faktor eksternal yang turut memengaruhi arah dan keberlanjutan usaha. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama mencakup kualitas layanan yang terjaga dengan baik, adanya sistem umpan balik dari pelanggan yang mendukung evaluasi berkelanjutan, serta keberagaman layanan yang ditawarkan, mulai dari perawatan kepala hingga kaki. Sementara itu, dari sisi eksternal, studio ini memiliki peluang besar yang berasal dari tren industri kecantikan yang terus berkembang dan meningkatnya

kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan diri sebagai bagian dari gaya hidup.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary), Dinda Beauty Studio memperoleh skor kekuatan sebesar 2,70 dan peluang sebesar 2,75. Sementara itu, skor kelemahan dan ancaman masing-masing berada pada angka 1,10 dan 1,00. Dengan demikian, posisi strategis studio ini berada dalam Kuadran I pada matriks SWOT, yang menandakan bahwa perusahaan berada dalam kondisi ideal untuk menerapkan strategi pertumbuhan agresif, yaitu dengan memaksimalkan kekuatan internal serta memanfaatkan peluang eksternal secara optimal.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, berikut beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan acuan pengembangan bisnis ke depan:

1. Dinda *Beauty Studio* sebaiknya lebih responsif dalam memperbarui konten visual di akun Instagram, terutama dalam menampilkan layanan baru, jadwal promo, dan hasil treatment pelanggan untuk mempertahankan daya tarik konsumen.
2. Diperlukan peningkatan kapasitas tim dalam mengelola promosi digital, baik melalui pelatihan rutin mengenai strategi konten Instagram maupun penambahan tenaga ahli yang memiliki kompetensi di bidang media sosial.

3. Penggunaan berbagai fitur Instagram seperti *Reels*, *Live*, dan *Highlight* harus dioptimalkan untuk meningkatkan interaksi dan menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya kalangan *Gen Z* yang menjadi target utama.
4. *Dinda Beauty Studio* perlu memperluas variasi program promosi, termasuk promo musiman, diskon khusus untuk pelanggan baru, atau sistem referral yang memberikan insentif bagi pelanggan yang mengajak teman.
5. Untuk menghadapi ketatnya persaingan dan mengantisipasi perubahan algoritma media sosial, disarankan agar *Dinda Beauty Studio* juga mulai mengeksplorasi platform digital lain seperti TikTok atau kolaborasi dengan influencer lokal guna memperkuat eksistensi merek.
6. Penulis menyarankan agar *Dinda Beauty Studio* terus menggunakan Instagram Story secara rutin setiap hari sebagai strategi promosi utama. Penggunaan Instagram Story terbukti meningkatkan jumlah kunjungan pelanggan hingga 22%, karena efektif dalam menyampaikan informasi layanan dan promosi secara cepat, membangun interaksi melalui fitur seperti polling dan Q&A, serta mendorong pelanggan untuk segera melakukan reservasi treatment.