

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penggunaan sosial media pada perusahaan Kawali Poultry Shop selama ini sudah cukup baik karena telah sesuai dengan indikator-indikator yang telah ditetapkan dalam penelitian ini yaitu konsistensi posting konten, kemampuan interaktif (*interactivity*), kreativitas konten (*content creativity*) dan *engagement rate* yang menunjukkan sudah cukup baik.
2. Peningkatan penjualan produk ayam di kalangan peternak milenial pada Perusahaan Kawali Poultry Shop telah berjalan dengan cukup baik karena telah sesuai dengan indikator-indikator yang telah ditetapkan dalam penelitian ini yaitu volume penjualan, pertumbuhan penjualan, pangsa pasar (*market share*) dan frekuensi pembelian ulang (*repeat purchase rate*) yang menunjukkan sudah cukup baik.
3. penggunaan sosial media berperan dalam meningkatkan penjualan produk ayam di kalangan peternak milenial pada Perusahaan Kawali Poultry Shop. Secara teori hubungan kedua variabel yaitu penggunaan sosial media dalam meningkatkan penjualan produk di terima. Artinya apabila penggunaan sosial media sudah baik maka penjualan produk akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Untuk lebih meningkatkan pelaksanaan penggunaan media sosial, sebaiknya pihak perusahaan lebih memperhatikan aspek konsistensi posting konten, yaitu dengan cara menyusun jadwal unggahan yang teratur, melakukan publikasi konten secara rutin serta memanfaatkan media sosial secara berkelanjutan untuk menyampaikan informasi mengenai produk dan aktivitas perusahaan. Sehingga informasi yang diterima pelanggan selalu diperbarui sehingga mampu meningkatkan jangkauan promosi, menjaga keterlibatan konsumen dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.
2. Untuk lebih meningkatkan penjualan produk, sebaiknya pihak perusahaan lebih memperhatikan aspek pertumbuhan penjualan, yaitu dengan cara meningkatkan efektivitas strategi pemasaran melalui promosi digital yang lebih konsisten, memperluas jangkauan pasar serta melakukan inovasi program promosi sesuai kebutuhan peternak. Selain itu perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran secara berkala agar mampu meningkatkan penjualan secara berkelanjutan dan mempertahankan pertumbuhan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya.