

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab ini penulis menyimpulkan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi *digital marketing* oleh Glowing.byais juga menciptakan kesadaran dari konsumen dengan cara membahas hal-hal mengenai pentingnya merawat dan menjaga kulit.. Pada pembuatan strategi yang ada pemakaian *visual (tone warna)*, *design* dan juga kata-kata dalam isi *content*, dalam *visual (tone warna)* menggunakan kontras warna yang jelas, sehingga tiap detail dari produk yang dipasarkan dapat tergambarkan secara jelas dan terperinci. Serta penggunaan bahasa sehari-hari anak muda yang santai. Dengan adanya kegiatan *digital marketing* yang dijalankan oleh Glowing.byais, peningkatan pelayanan juga dapat dirasakan dengan adanya interaksi berupa *comment* dan *like*. Dengan adanya *platform* ini, mampu melakukan promosi secara mudah dan cepat untuk para target konsumen dalam menanyakan hal apa saja. Selain itu juga strategi digital ini digunakan untuk meningkat distribusi yang berfokus pada *platform*, dan *marketplace* memberikan detail produk dan juga dilengkapi dengan adanya *contact person* yang berisikan seputar alamat *instant messenger*. Dalam *digital marketing* Glowing.byais juga menggunakan *marketplace* yaitu Shopee.
2. Kendala pada *olshopp* Glowing.byais adalah kurangnya modal, SDM yang kurang, ekspedisi yang terkadang *overload*, transaksi palsu. Hambatan pada

olshopp Glowing.byais adalah fasilitas dalam mengakses internet yang belum menunjang, konsisteny pembuatan dan penguploadtan konten dalam promosi dan adanya plagiat konten dalam promosi.

B. Saran

Pada bab ini penulis menyarankan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Membangun Website sebagai halaman resmi perusahaan bagi Glowing.byais. Di masa sekarang Website masih menjadi acuan utama dan faktor penilaian yang menentukan di dunia Internasional mengenai kepercayaan terhadap perusahaan.
2. Menambahkan media sosial lainnya seperti Twitter, Line untuk sarana penunjang penjualan untuk Glowing.byais.
3. Untuk perkembangan usaha dan menambah kepercayaan pelanggan kedepannya agar pihak olshop Glowing.byais mengajukan sertifikasi BPOM.