

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Strategi promosi melalui media sosial pada PT. Sinar Inti Primajaya Perkasa Cabang Serang sudah cukup baik dalam memasarkan produknya menggunakan 4 dari 5 bauran promosi yaitu periklanan (*Advertising*), penjualan pribadi (*Personal Selling*), promosi penjualan (*Sales Promotion*), dan pemasaran langsung (*Directt Marketing*).

Dengan adanya kendala promosi melalui media sosial yaitu kurangnya pengetahuan SDM dalam membuat ide konten, biaya iklan, dan *sales marketing* yang belum konsisten dalam mengunggah konten melalui media sosialnya mengakibatkan dampak seperti jangkauan audiens yang terbatas, kurangnya engagement, dan kehilangan peluang pasar.

B. Saran

1. Karena kurangnya pengetahuan SDM sehingga perusahaan hanya menggunakan akun media sosial masing-masing dari sales. Dan perusahaan disarankan memiliki akun media sosial bisnis khusus PT. Sinar Inti Primajaya Perkasa Cabang Serang dan tidak hanya mengandalkan akun pribadi masing-masing sales.
2. PT Sinar Inti Primajaya Perkasa Cabang Serang harus mulai berorientasi melakukan promosi melalui media sosial dengan cara membuat anggaran biaya iklan bagi *sales consultant* yang aktif menggunakan sosial media. Karena sosial media memiliki jangkauan jaringan yang

lebih luas sehingga perusahaan dapat memperoleh prospek atau penjualan dengan lebih banyak lagi.

3. PT. Sinar Inti Primajaya Perkasa Cabang Serang terutama *sales marketing* harus menetapkan jadwal konten yang akan diunggah ke media sosial baik Instagram, Facebook, dan TikTok. Dengan demikian, membuat jadwal konten tidak hanya membantu mengatur dan mengelola kehadiran media sosial dengan lebih baik, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan efektifitas strategi pemasaran digital perusahaan secara keseluruhan.