

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pemanfaatan media sosial dalam bidang pemasaran telah menjadi potensi yang dapat diambil manfaatnya sebagai sarana promosi produk dalam strategi pemasaran di era digital saat ini. Dengan media sosial, pemasar dapat berkomunikasi dengan pelanggan dengan cepat dan bahkan secara *real time*, hal ini memberikan manfaat kemudahan dan efisiensi pemasaran, menghemat biaya dalam melakukan pemasaran, membangun interaksi dan keterlibatan pelanggan, serta meningkatkan *brand awarness* dari suatu merek. Dengan media sosial juga dapat menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dimana dapat memberikan pelayanan secara personal, sehingga berpotensi menciptakan tingkat konversi yang tinggi. Menurut penelitian, dapat dilihat Tenun Medali Mas memanfaatkan media sosial untuk mendukung kegiatan promosi dan kemudahan dalam melakukan transaksi dengan pelanggan. Dengan media sosial, Tenun Medali Mas dapat membuat konten untuk mempromosikan produk mereka, hal ini membantu Tenun Medali Mas untuk menghemat biaya dalam melakukan promosi. Kemudian dengan promosi melalui media sosial juga membantu Tenun Medali Mas menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan media sosial Tenun Medali Mas dapat berkomunikasi dengan pelanggan secara cepat serta dapat menjangkau pelanggan yang berjarak jauh, sehingga transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan personal dengan pelanggan.

Media sosial Instagram dan Whatsapp dipilih karena kedua media sosial tersebut dapat saling mendukung dalam kegiatan promosi dan interaksi kepada pelanggan. Instagram dan Whatsapp memiliki berbagai jenis fitur yang juga terus dikembangkan dan dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pemasaran, seperti *IG Story*, *Highlights*, *IG Live*, feed akun yang dapat digunakan sebagai katalog produk, *Reels* untuk mengunggah konten berbentuk video, serta akun bisnis. WhatsApp juga memiliki fitur seperti status untuk mengunggah konten promosi, serta WhatsApp bisnis yang memiliki fitur tambahan yang dapat lebih mendukung pemasaran seperti katalog, respon otomatis. Instagram memiliki jangkauan yang lebih luas karena Instagram memiliki pengguna yang sangat tinggi yang telah digunakan oleh berbagai kalangan usia sehingga dapat lebih mengenalkan produk Tenun Medali Mas, menurut hasil penelitian rata-rata pengguna Instagram terbanyak berada pada kisaran usia 18-35 tahun. Tenun Medali Mas menggunakan fitur feed yang terdapat pada Instagram untuk menunjukkan produk-produk yang dimiliki

Tenun Medali Mas mengoptimalkan kegiatan promosi melalui Instagram dengan melakukan *repost* atau mengunggah kembali postingan yang sudah diunggah oleh pelanggan Tenun Medali Mas. Untuk mempermudah transaksi dan komunikasi, Tenun Medali Mas memanfaatkan fitur *Direct Message* (DM) yang ada di Instagram. Komunikasi yang dimaksudkan adalah menerima respon dari pelanggan yang menanyakan terkait produk yang telah diunggah pada feed Instagram maupun tertarik untuk langsung melakukan transaksi. Hal ini dikarenakan fitur DM dapat membantu komunikasi tanpa harus datang langsung ke toko fisik Tenun Medali Mas. Selain memanfaatkan fitur *direct message* di

Instagram, Tenun Medali Mas juga memanfaatkan fitur yang dimiliki oleh aplikasi WhatsApp. Hal ini dikarenakan, aplikasi Whatsapp dianggap lebih terpercaya dan dirasa lebih personal untuk melakukan transaksi lebih lanjut jika dibandingkan dengan Instagram. Whatsapp juga dirasa lebih efisien karena model aplikasi WhatsApp yang merupakan aplikasi pesan instan dapat menunjang keinginan maupun kebutuhan pelanggan dan bisa dilakukan dengan cepat dan praktis melalui fitur yang tersedia yakni fitur *chat*, serta dapat menyimpan nomor handphone sebagai kontak yang menandakan saling mengetahui antara penjual dan pembeli, dan dari hal tersebut dapat membangun pengenalan yang lebih dekat dan membentuk kepuasan pelanggan.

Dalam strategi pemasaran melalui media sosial, Tenun Medali Mas menekankan beberapa aspek dari 7P marketing mix framework yang meliputi produk, promosi, orang, dan proses. Namun dari hasil penelitian yang didapat, Tenun Medali Mas belum memanfaatkan media sosial Instagram dan WhatsApp dengan optimal. Pelanggan lebih memilih untuk langsung datang ke toko Tenun Medali Mas jika ingin membeli produk mereka daripada melalui media sosial, sehingga tingkat konversi pelanggan untuk membeli masih kurang dan media sosial Tenun Medali Mas yang digunakan untuk membantu pemasaran produk mereka menjadi kurang memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pemasaran. Hal ini dikarenakan Tenun Medali Mas yang masih belum aktif dalam pengelolaan media sosial mereka. Tenun Medali Mas belum melakukan *content marketing* dengan baik yang merupakan strategi komunikasi pemasaran mereka melalui media sosial. Tenun Medali Mas masih belum konsisten dalam menunggah konten di

Instagram dan status WhatsApp mereka dimana mereka jarang melakukan posting serta tidak memiliki jadwal posting yang jelas. Informasi dalam konten yang dibuat juga kurang rinci dan informatif untuk pelanggan, sehingga memungkinkan pelanggan menjadi ragu untuk ingin membeli karena kurangnya informasi yang jelas yang menimbulkan rasa bingung dan tidak pasti pada pelanggan. Dalam memanfaatkan Instagram yang merupakan media sosial berbasis visual sebagai media pemasaran, Tenun Medali Mas masih belum menampilkan konten visual yang menarik untuk pelanggan. Tenun Medali Mas jarang menampilkan konten berbentuk video dimana konten ini dapat lebih menarik secara visual.

Menurut hasil penelitian, sebagai perusahaan UMKM yang memiliki budget terbatas untuk melakukan iklan berbayar pada media sosial, Tenun Medali Mas dapat berfokus pada pembuatan konten organik dimana konten yang diunggah secara konsisten dan dibuat dengan maksimal dapat meningkatkan *engagement*, *awarness*, dan ketertarikan dari pelanggan. Dalam memaksimalkan konten mereka, Tenun Medali Mas dapat mencoba untuk menerapkan strategi SEO dalam pembuatan konten mereka dimana tidak hanya melakukan konten gambar saja, namun juga dapat memaksimalkan tulisan, kata kunci yang terkait dengan produk yang ditawarkan, hashtag, dan konten video, serta teratur dan rutin mengunggah konten sehingga dapat lebih meningkatkan visibilitas Instagram mereka dalam pencarian. Menurut hasil penelitian, edia sosial dapat digunakan sebagai etalase untuk memamerkan produk, Tenun Medali Mas bermaksud menggunakan Instagram untuk hal tersebut namun masih belum memberikan tampilan yang rapi dan menarik bagi pelanggan. Dalam akun Instagram Tenun Medali Mas masih

bercampur antara pemasaran produk dan unggahan pribadi, Tenun Medali Mas dapat merapikan akun Instagram mereka untuk menerapkan maksud tersebut dengan memisahkan antara akun bisnis dan akun pribadi, sehingga tampilan akun pemasaran dapat terlihat lebih rapi dan menarik bagi pelanggan.

Dalam menggunakan Instagram dan WhatsApp Tenun Medali Mas juga masih kurang optimal dalam menggunakan fitur-fitur yang tersedia yang dapat membantu pemasaran mereka. Dalam Instagram, mereka hanya terpaku pada penggunaan fitur feed untuk posting foto atau gambar, Tenun Medali Mas belum memanfaatkan fitur lain yang dapat mendukung pemasaran seperti Story, Highlight, IG Live, reels, hashtag, caption, comment yang dapat menciptakan interaksi dengan pelanggan serta membangun keterlibatan pelanggan, yang dapat memaksimalkan SEO dan meningkatkan kemungkinan konversi yang dapat meningkatkan penjualan mereka. Tenun Medali Mas juga belum menggunakan akun bisnis yang dapat memberi *insight* dimana hal tersebut dapat membantu Tenun Medali Mas melakukan evaluasi penggunaan media sosial mereka yang dapat menjadi masukan atau pertimbangan untuk mengambil tindakan selanjutnya. Dalam WhatsApp, mereka belum konsisten dalam menggunakan status untuk promosi mereka. Tenun Medali Mas juga belum menyimpan nomor pelanggan secara menyeluruh yang mana hal ini dapat meningkatkan visibilitas status mereka kepada pelanggan, Tenun Medali Mas juga dapat melakukan follow up kepada pelanggan sehingga dapat menjadi pengingat kepada pelanggan. Tenun Medali Mas juga belum menggunakan akun bisnis, menurut penelitian akun bisnis dapat mendukung pemasaran karena

lebih memiliki fitur khusus terkait bisnis seperti katalog, respon otomatis yang dapat membantu perusahaan atau pebisnis dalam melakukan pemasaran.

Menurut penelitian, konten yang direncanakan dengan terstruktur dapat meningkatkan kemungkinan konversi atau pembelian oleh audiens, hal ini mendukung teori AIDA dimana keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh empat fase psikologis yakni perhatian, ketertarikan, keinginan, tindakan. Jika konten tidak menarik pelanggan untuk memperhatikan konten tersebut, maka fase yang lain tidak dapat dialami, sehingga memungkinkan keputusan pembelian yang kurang dan tingkat konversi oleh pelanggan yang rendah. Tenun Medali Mas dapat mencoba memaksimalkan perencanaan konten yang terstruktur sehingga strategi *content marketing* mereka dapat berjalan optimal dan dapat meningkatkan konversi pembelian oleh pelanggan.

5.2 Saran

Saran yang bisa diberikan untuk penelitian selanjutnya, agar mendapatkan keadaan yang lebih menyeluruh maka perlu juga untuk mempertimbangkan aspek lain. Seperti dengan melihat persepsi dari pelanggan mengenai promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dengan adanya hal tersebut dapat lebih menyempurnakan hasil dan pembahasan mengenai tingkat keberhasilan strategi komunikasi pemasaran secara lebih menyeluruh.

Saran yang bisa diberikan untuk dapat lebih mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial adalah dengan lebih memberikan fokus dan perhatian pada pengelolaan media sosial. Media sosial semakin dikembangkan dan juga semakin

banyak fitur yang dimiliki. Hal tersebut merupakan sebuah kesempatan untuk lebih memasarkan produk dari sebelumnya. Tenun Medali Mas dapat lebih aktif lagi dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran, memaksimalkan penggunaan fitur lain yang tersedia untuk dapat menciptakan *engagement* dan interaksi dengan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan pelayanan kepada pelanggan serta meningkatkan *brand awarness* yang mana dapat berpotensi dalam meningkatkan konversi oleh pelanggan, terlebih beralih ke akun bisnis yang dapat memberikan bahan evaluasi untuk membantu memberikan pertimbangan dalam menentukan tindakan yang akan diambil selanjutnya, sehingga dapat membantu mengembangkan usaha Tenun Medali Mas. Tenun Medali Mas juga dapat memberikan pembagian tugas khusus dalam pengelolaan media sosial, sehingga pemanfaatan media sosial untuk pemasaran dapat lebih terfokus dan menjadi optimal, respon juga dapat diberikan dengan cepat dan segera kepada pelanggan yang memberi tanggapan.

Tenun Medali Mas juga dapat mengoptimalkan konten untuk mendukung pemasaran melalui SEO dan SMO dimana dengan perpaduan hal tersebut secara baik dapat meningkatkan visibilitas dari bisnis Tenun Medali Mas sehingga dapat menarik perhatian audiens dan berpotensi melakukan pembelian. Pemasaran melalui media sosial yang optimal dapat memberikan dampak positif pada Tenun Medali Mas, dimana hal tersebut dapat membantu Tenun Medali Mas dalam meningkatkan penjualan produk yang kemudian dapat mendukung perkembangan perusahaan menjadi semakin besar.