

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, strategi promosi *franchise* Pancong Pocong menggunakan pendekatan Segmentasi, *Targeting*, *Positioning* (STP) dan *7C framework* di platform Instagram menghasilkan kesimpulan bahwasanya segmentasi dilakukan dengan cara mengidentifikasi segmen pasar yang luas, termasuk usia 21-56 tahun, terutama mahasiswa, wiraswasta, dan pebisnis di Jawa Timur yang merupakan konsumen setia kue pancong. *Targeting* difokuskan pada segmen wiraswasta dan pebisnis yang memiliki minat kuat terhadap kue pancong dan potensi untuk membeli *franchise*. Pocong Pancong diposisikan sebagai pelopor kue pancong lumer dengan jaringan *franchise* yang luas, mencakup lebih dari 100 cabang, yang menunjukkan reputasi dan keunggulan produk di pasar kue pancong.

Pada *7C framework* untuk Instagram, konten promosi disusun dengan mematuhi pedoman merek, pilar konten, serta perencanaan, produksi, *editing*, dan evaluasi untuk memastikan konsistensi dan relevansi konten. Pesan promosi menyoroti keuntungan dan fasilitas *franchise* Pancong Pocong untuk menarik perhatian audiens dari berbagai segmen pasar. Penggunaan *hashtag* yang tepat dan integrasi konten yang baik mempermudah audiens dalam mencari informasi tentang *franchise*. Konten dan iklan disesuaikan dengan preferensi pengguna untuk meningkatkan keterlibatan dan respons positif. Interaksi yang berkelanjutan melalui *Direct Message* (DM) dan komentar di Instagram juga diprioritaskan

untuk menjaga hubungan yang baik dengan konsumen potensial dan pelanggan. Serta membangun komunitas yang terlibat dengan minat yang sama terhadap produk kue pancong membantu memperkuat loyalitas dan dukungan terhadap merek.

Dalam menghadapi aspek SWOT penggunaan Instagram, platform ini dianggap memiliki kekuatan besar dalam mempromosikan produk dengan visual kue pancong menarik audiens yang luas. Namun, kelemahan terjadi dalam persaingan yang sengit dari pesaing yang meniru konten, sementara peluang terletak pada potensi produk kue pancong untuk menjadi *viral* dan meningkatkan popularitas. Ancaman datang dari persaingan ketat dengan bisnis *franchise* lain di Instagram dan harga yang lebih kompetitif dari pesaing, yang dapat mempengaruhi penetrasi pasar dan *profitabilitas*. Dengan menerapkan strategi ini secara efektif, *franchise* Pancong Pocong dapat memaksimalkan potensi Instagram sebagai alat promosi yang kuat untuk mencapai tujuan pemasaran, memperkuat posisi merek, dan membangun hubungan yang erat dengan pelanggan serta komunitas penggemar kue pancong.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi Pancong Pocong melalui akun Instagram @pocong.pancong efektif dalam menarik perhatian audiens secara potensial, terbukti dari jumlah pengikut yang signifikan yang aktif mengajukan pertanyaan terkait informasi *franchise*. Meskipun demikian, peningkatan jumlah outlet *franchise* Pancong Pocong tidak mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh kompleksitas proses pembelian *franchise* Pancong Pocong yang melibatkan beberapa faktor eksternal

yang kompleks seperti lokasi dan harga, sehingga hal tersebut menjadi keputusan yang memerlukan pertimbangan matang bagi calon pembeli *franchise* Pancong Pocong.

5.2 Saran

Dari hasil dan pembahasan yang sudah dilakukan terdapat beberapa saran untuk Pancong Pocong agar dipertimbangkan supaya dapat mengantisipasi adanya ancaman dikemudian hari:

1. Memberikan dukungan *mentoring* terkait jadwal posting merupakan langkah yang tepat untuk membantu cabang kemitraan yang kurang aktif di media sosial. Meskipun Pancong Pocong telah menyediakan fasilitas desain dan konten gratis, beberapa cabang mungkin memerlukan bimbingan tambahan dalam mengelola jadwal posting yang konsisten dan efektif. Dengan memberikan bimbingan ini, Pancong Pocong dapat memastikan bahwa setiap cabang mengoptimalkan potensi promosi mereka di media sosial.
2. Perluasan pasar ke *mall* besar adalah strategi untuk meningkatkan *visibilitas* dan jangkauan Pancong Pocong. Dengan memasuki pasar mall besar, definisi Pancong Pocong dapat menjangkau pelanggan potensial yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. *Mall* besar sering kali menjadi pusat perbelanjaan yang ramai dikunjungi oleh berbagai kalangan, sehingga dapat memberikan kesempatan yang baik bagi Pancong Pocong untuk memperluas pangsa pasarnya.
3. Memberikan *monitoring* terhadap konsistensi rasa pada setiap cabang merupakan langkah penting dalam mempertahankan kualitas produk Pancong

Pocong secara keseluruhan. Meskipun cabang-cabang memiliki desain dan konten yang sama, konsistensi rasa produk sangat penting untuk mempertahankan citra merek yang kuat dan memenuhi harapan pelanggan. Dengan melakukan *monitoring* secara teratur, Pancong Pocong dapat memastikan bahwa setiap cabang memberikan pengalaman yang konsisten kepada pelanggan.

4. Dengan menerapkan saran-saran ini, Pancong Pocong dapat meningkatkan efektivitas strategi promosi mereka dan memperkuat posisi mereka di pasar makanan ringan. Penekanan pada dukungan kepada cabang, ekspansi ke pasar yang lebih luas, dan pemantauan kualitas produk akan membantu Pancong Pocong mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan Strategi Komunikasi Krisis dalam Menghadapi Skandal atau Masalah dalam *Franchise* Pancong Pocong dengan panduan untuk manajemen krisis dalam bisnis *franchise* Pancong Pocong dan strategi komunikasi yang dapat membantu *franchise* menjaga reputasi selama krisis.