

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Brand Infarm Surabaya, peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

Hasil analisis SWOT brand Infarm menunjukkan bahwa brand Infarm dapat memaksimalkan strategi SO (*Strength+Opportunities*) yang mendukung strategi pertumbuhan agresif. Dalam hal ini, strategi yang maksimal digunakan oleh Brand Infarm harus sesuai dengan strategi untuk pertumbuhan dengan, memanfaatkan fitur-fitur yang ada di platform TikTok, mengikuti tren media sosial yang sedang berkembang, menjalin kerjasama dengan *influencer*, memaksimalkan penggunaan iklan secara digital, membangun komunikasi yang baik dengan audiens dan konsumen, memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggan ataupun calon yang akan membeli produk dengan sama, memberikan inovasi kepada produk-produk baru ataupun yang lama dengan meriset terlebih dahulu, mempertahankan kualitas produk yang sudah ada dari kandungan hingga kemasan produk, serta selalu melakukan evaluasi di setiap kegiatan pemasaran agar kedepannya lebih maksimal. Brand Infarm juga dapat mengembangkan konsep 4C dalam menerapkan *social media marketing* yaitu, *Context* (Konteks), *Communication* (Komunikasi), *Collaboration* (Kolaborasi), dan *Connection* (Koneksi).

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, terdapat beberapa saran yang diberikan dari hasil penelitian yang dilakukan yang dapat menunjang kedepannya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, dengan mendapatkan pemahaman dari teori yang dipelajari ke dalam kondisi lapangan yang diteliti, peneliti mendapatkan pemahaman yang mendalam dari keterkaitan teori dengan praktik di lapangan secara langsung. Peneliti dapat terus mengembangkan teori-teori yang lain untuk dapat memaksimalkan kegiatan penelitian selanjutnya.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat memaksimalkan kegiatan pemasaran dan promosi melalui platform media sosial terutama TikTok, yang tujuannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas untuk meningkatkan penjualan, hal tersebut dapat dilakukan dengan melakukan strategi pemasaran pada media sosial seperti, melakukan kerjasama dengan influencer, memanfaatkan penggunaan iklan digital disetiap video konten yang diunggah, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Serta, mengembangkan inovasi produk dan mengekspansi bisnis ke seluruh daerah.
3. Bagi Pihak Lain, dengan adanya penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi sebuah acuan untuk penelitian di masa depan, terutama dalam segi pengembangan pada sektor bisnis dengan memaksimalkan penggunaan media sosial. Selain itu, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat

mengembangkan strategi yang lebih inovatif untuk membantu para bisnis usaha untuk meningkatkan penjualan.