

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian pada Suweger Indonesia mengenai strategi digital marketing Suweger Indonesia, dapat disimpulkan beberapa poin utama sebagai berikut:

1. Strategi digital marketing Suweger terbukti efektif dalam meningkatkan volume penjualan dan memperkuat brand awareness, terutama di kalangan Gen Z dan mahasiswa, melalui pemanfaatan media sosial (Instagram & TikTok) serta layanan pesan antar (GoFood, ShopeeFood, GrabFood).
2. Konten digital Suweger bersifat adaptif dan platform-oriented, dengan pendekatan kreatif, ringan, dan relevan. TikTok digunakan untuk hiburan dan storytelling, sedangkan Instagram fokus pada visual branding dan promosi.
3. Strategi komunikasi digital yang personal dan interaktif berhasil membangun kedekatan emosional dengan konsumen, seperti melalui fitur Q&A, polling, dan repost konten pelanggan (UGC). Pendekatan promosi berbasis data, seperti campaign giveaway, flash sale, bundling, dan ads berbayar disertai analisis performa konten, menunjukkan bahwa Suweger telah menerapkan strategi yang adaptif dan efisien.
4. Kekuatan internal Suweger meliputi keunikan produk, konsistensi identitas visual, efisiensi tim, dan dukungan komunitas lokal. Sedangkan kelemahan internal mencakup keterbatasan kolaborasi dengan influencer besar dan konversi konten ke penjualan offline.
5. Berdasarkan matriks IFAS, kekuatan mendapatkan skor 2,32, sedangkan kelemahan 0,63, menunjukkan dominasi kekuatan internal yang signifikan. Berdasarkan matriks EFAS,

peluang meraih skor 2,96 dan ancaman sebesar 0,58, menandakan bahwa lingkungan eksternal sangat mendukung pertumbuhan Suweger melalui tren video pendek, TikTok Shop, dan kolaborasi lokal. Posisi strategi Suweger berada pada Kuadran I (strategi agresif / Hold and Maintain), yang berarti perusahaan sebaiknya memaksimalkan kekuatan untuk meraih peluang melalui:

- Pemanfaatan platform digital seperti TikTok, YouTube Shorts, dan TikTok Shop.
- Peluncuran menu sehat berbasis produk lokal.
- Kolaborasi dengan mikro-influencer dan komunitas sebagai brand ambassador.
- Pengembangan sistem reward digital untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat membantu Suweger Indonesia dalam mengembangkan strategi bisnis dan meningkatkan efektivitas pemasaran digital, dengan merujuk pada temuan di lapangan dan studi sebelumnya di bidang digital marketing industri F&B.. Adapun saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai strategi digital marketing, dengan pendekatan kuantitatif atau mix method untuk hasil yang lebih komprehensif.
2. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menggali keterkaitan teori pemasaran seperti marketing mix, SWOT, dan STP dengan praktik bisnis di industri minuman kekinian.

3. Suweger Indonesia perlu mengoptimalkan strategi digital marketing melalui konsistensi konten, storytelling yang kuat, serta pemanfaatan fitur seperti TikTok Shop dan Reels Instagram, termasuk kerja sama dengan mikro-influencer lokal.
4. Strategi digital marketing juga harus berfokus pada pembangunan loyalitas pelanggan melalui komunikasi yang personal, relevan, dan konsisten.
5. Inovasi digital, keterlibatan komunitas, dan pemanfaatan teknologi berbasis AI penting untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan performa bisnis.