

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 kesimpulan

Berdasarkan rangkaian kegiatan penelitian yang sudah dilaksanakan pada Viloni Banana Chips, penulis telah mengumpulkan sejumlah besar data yang diperlukan. Setelah data tersebut dianalisis, beberapa temuan penelitian berhasil diidentifikasi. Temuan-temuan ini kemudian dirangkum menjadi kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian mengenai “Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Keripik Pisang Viloni Banana Chips Kabupaten Jombang” sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi bauran pemasaran 7P oleh Viloni Banana Chips dan dampaknya terhadap produk Viloni Banana Chips sangat berpengaruh terhadap penjualan dan juga branding produknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Viloni Banana Chips telah secara komprehensif menerapkan ketujuh elemen bauran pemasaran, dengan beberapa elemen menunjukkan pengaruh yang lebih signifikan dibandingkan yang lain terhadap penjualan Viloni Banana Chips.

Dalam hal Produk, variasi rasa yang ditawarkan dan kualitas bahan baku menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Strategi Harga yang diterapkan Viloni Banana Chips dinilai kompetitif, sesuai dengan kualitas sehingga pelanggan merasa puas. Dari aspek Tempat

(distribusi), penelitian menemukan bahwa ketersediaan produk di berbagai saluran penjualan, baik offline maupun online, berkontribusi positif terhadap jangkauan pasar.

Kegiatan Promosi yang dilakukan Viloni Banana Chips, termasuk dalam penggunaan media sosial, kerjasama dengan influencer, dan promosi penjualan melalui ads sosial media, terbukti efektif dalam membangun brand awareness dan menarik minat konsumen. Elemen Orang (karyawan), terutama interaksi dengan konsumen terhadap penjualan, memberikan kontribusi terhadap pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Standarisasi Proses produksi dan layanan pelanggan yang diterapkan Viloni Banana Chips menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan efisiensi. Bukti Fisik seperti kemasan produk yang menarik dan representasi merek terhadap pandangan konsumen dan terbukti dapat meningkatkan penjualan pada Viloni Banana Chips.

Secara keseluruhan, penerapan bauran pemasaran 7P secara terintegrasi telah memberikan kontribusi positif terhadap penjualan Viloni Banana Chips. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa area potensial untuk perbaikan, seperti penguatan strategi promosi digital pada sosial media, dan peningkatan layanan pelanggan online.

Hasil penelitian ini memberikan panduan praktis bagi manajemen Viloni Banana Chips dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka. Selain itu, studi ini juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian-penelitian berikutnya yang membahas pemasaran produk makanan ringan lokal dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P.

2. Analisis SWOT

Dari hasil penelitian pada Analisis SWOT posisi Viloni Banana Chips di Kuadran II SWOT, kesimpulan penelitian ini menekankan perlunya strategi *turnaround* atau diversifikasi yang didukung oleh pengoptimalan bauran pemasaran 7P. Pemanfaatan peluang eksternal seperti tren konsumsi makanan ringan yang meningkat dan potensi pasar online harus diimbangi dengan mengatasi kelemahan internal melalui inovasi produk, penyesuaian harga yang strategis, perluasan distribusi, promosi yang lebih efektif, peningkatan kualitas sumber daya manusia dan proses, serta penguatan bukti fisik merek.

Temuan penelitian ini memberikan rekomendasi bagi manajemen Viloni Banana Chips untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih adaptif dan responsif terhadap tantangan dan peluang yang ada, dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan merek. Penelitian selanjutnya dapat fokus pada efektivitas implementasi strategi *turnaround* atau diversifikasi yang direkomendasikan.

3. Sosial media marketing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Viloni Banana Chips telah secara aktif memanfaatkan platform media sosial sebagai bagian integral dari strategi *marketing* mereka. Konten-konten menarik yang disajikan di TikTok, Instagram, Facebook, dan YouTube terbukti efektif dalam menciptakan interaksi yang lebih tinggi dengan konsumen, dan juga membangun komunitas penggemar merek. Dalam konteks bauran pemasaran 7P, strategi media sosial Viloni Banana Chips secara signifikan memperkuat elemen Promosi. Konten kreatif dan relevan berhasil menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan emosional dengan konsumen. Pemanfaatan fitur-fitur unik di setiap platform, seperti tren di TikTok, visual menarik di Instagram, interaksi komunitas di Facebook, dan konten di YouTube, menunjukkan pemahaman yang baik terhadap perilaku konsumen di dunia digital terhadap brand Viloni Banana Chips.

Secara keseluruhan, strategi pemasaran media sosial Viloni Banana Chips dengan konten yang menarik terbukti menjadi aset penting dalam mencapai strategi digital marketing yang efektif dan meningkatkan penjualan. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya pemahaman mendalam tentang karakteristik setiap platform media sosial dan kemampuan untuk menghasilkan konten yang relevan dan engaging bagi target audiens.

Meskipun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi potensi pengembangan lebih lanjut, seperti pemanfaatan data analitik

media sosial yang lebih mendalam untuk personalisasi konten, dan pembuatan konten yang lebih menarik untuk konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dilakukan, penulis menyampaikan beberapa saran yang relevan bagi pihak-pihak terkait dengan strategi digital marketing Viloni Banana Chips dalam upaya meningkatkan penjualan. Beberapa saran tersebut antara lain:

1. Bauran Pemasaran (7P)

Mengingat identifikasi perlunya penguatan strategi promosi digital di media sosial, Viloni Banana Chips disarankan untuk meningkatkan Anggaran dan Fokus pada Iklan Berbayar (Ads) yakni mengolokasikan lebih banyak sumber daya untuk iklan berbayar di platform media sosial yang paling efektif menjangkau target audiens. Eksplorasi berbagai format iklan (gambar, video , stories) untuk hasil yang optimal.

Manfaatkan fitur targeting yang lebih spesifik pada platform media sosial berdasarkan demografi, minat, perilaku, dan retargeting konsumen yang sudah berinteraksi dengan Viloni Banana Chips. melakukan pemantauan dan analisis rutin terhadap kinerja kampanye iklan media sosial untuk mengidentifikasi taktik yang paling efektif dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.

Pastikan ada tim atau sistem yang responsif terhadap pertanyaan, komentar, dan keluhan konsumen di semua platform media sosial dan saluran online lainnya. Pertimbangkan penggunaan chatbot untuk

respons awal yang cepat

2. Analisis SWOT (Posisi Kuadran II - Turnaround/Diversifikasi):

Untuk mengatasi kelemahan internal dan memanfaatkan peluang pasar Viloni Banana Chips harus melakukan riset dan pengembangan produk baru seperti Investasikan dalam riset dan pengembangan untuk menciptakan varian rasa baru yang inovatif, format produk yang berbeda, atau bahkan produk sampingan yang relevan dengan merek banana chips. Lakukan analisis mendalam terhadap harga produk pesaing dan persepsi nilai konsumen terhadap produk Viloni.

Menerapkan strategi penetapan harga yang lebih baik lagi dan fleksibel dengan pertimbangkan strategi penetapan harga yang berbeda untuk segmen pasar yang berbeda atau untuk promosi khusus. Pastikan toko online Viloni Banana Chips seperti shopee dan tiktokshop mudah digunakan, memiliki tampilan menarik, dan proses pembelian yang lancar Kembangkan kampanye promosi yang lebih spesifik dan ditujukan pada segmen pasar yang berbeda. Ukur efektivitas berbagai kegiatan promosi untuk mengalokasikan anggaran secara lebih efisien.

3. Sosial Media Marketing:

Gunakan alat analisis media sosial untuk memahami demografi audiens, perilaku engagement, waktu interaksi terbaik, dan jenis konten yang paling efektif. Kembangkan konten yang lebih tersegmentas berdasarkan preferensi dan perilaku audiens yang teridentifikasi dari data analitik. Eksplorasi format konten yang

lebih beragam dan interaktif seperti live session, kuis, polling, user-generated content (UGC) campaign dan kolaborasi konten dengan konsumen. Bangun narasi merek yang menarik dan relevan dengan nilai-nilai konsumen melalui konten media sosial. Terus ikuti tren terbaru di media sosial dan berinovasi dalam penyajian konten agar tetap relevan dan menarik perhatian. Dengan mempertimbangkan saran-saran ini, diharapkan Viloni Banana Chips dapat lebih mengoptimalkan strategi digital marketing mereka, mengatasi tantangan internal, memanfaatkan peluang pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Penting untuk diingat bahwa implementasi saran ini perlu disesuaikan dengan sumber daya dan kapabilitas perusahaan.