

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V ini merupakan BAB akhir mengenai penelitian yang telah dilakukan. Dalam BAB ini juga peneliti akan menjabarkan dan menarik kesimpulan dari seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan dan juga saran-saran yang peneliti berikan baik untuk Kilogram Coffee dan juga untuk peneliti berikutnya.

5.1 Kesimpulan

1. Kilogram Coffee melakukan beberapa kegiatan periklanan disaat pandemi Covid-19 yang bertujuan agar produknya tetap dapat diketahui serta dikenal oleh pelanggan. Dengan memanfaatkan fitur-fitur mulai dari postingan feeds hingga story. Selain itu kilogram juga memanfaatkan iklan berbayar di instagram yang disebut Instagram Ads. Hal itu dilakukan untuk bisa menjangkau audience lebih luas lagi. Selain itu karena keterbatasan kondisi saat pandemi, kilogram mengungkap beberapa inovasi dalam hal periklanan. Seperti setiap karyawan nya memposting ulang konten iklan yang ada di Instagram kilogram, lalu menawarkan produk nya secara pribadi kepada rekan-rekan dari setiap karyawan nya. Segmen pasar untuk iklan nya berasal dari berbagai kalangan mulai dari keluarga, orang kantoran, hingga anak muda millenials. dalam proses pembuatan iklan, ide yang didapatkan berasal dari hasil analisis mengenai produk penjualan, melihat referensi coffee

shop luar negeri, dan juga di pinterest untuk referensi kontennya. Kemudian pendekatan pesannya pun sangat diperhatikan agar lebih menarik konsumennya. Kilogram juga mempertimbangkan waktu dalam mengiklankan produknya agar bisa lebih efektif dilihat oleh pengguna atau pengikut di instagram.

2. Pihak kilogram coffee menggunakan promosi penjualan dengan memaksimalkan media online yaitu melalui media sosial Instagram dengan maksud meningkatkan daya tarik dan minat beli konsumennya. Promosi penjualan yang dilakukan Kilogram Coffee melalui media sosial Instagram di masa pandemi Covid-19 ini adalah dengan bagaimana memberikan kenyamanan dari segi harga ditengah adanya pandemi Covid-19. Dimana kilogram coffee pada saat itu terus berupaya mengadakan promo yang terdapat banyak potongan harga dari beberapa produk dan juga dibuatkan paket bundling makanan minuman serta voucher belanja dengan potongan harga khusus. Promosi penjualan tersebut dipertimbangkan secara matang oleh tim Kilogram seperti produk yang akan dipromosikan, salah satunya membuat beberapa pilihan paket ataupun produk. Pemilihan produk tersebut dilihat berdasarkan keunggulan dari produknya dan juga terkadang menaikkan produk yang sedang turun. Segala cara promosi dilakukan kilogram agar tetap bisa saling memenuhi kebutuhan dari konsumen dan juga berjalannya roda usaha di masa pandemi covid-19. Kemudian untuk

pemilihan produk yang akan di promosikan, kilogram melakukan riset berkala mengenai produk apa saja yang diunggulkan dan juga yang sedang turun penjualannya. Hal itu dilakukan agar kepekaan konsumen dalam melihat promosi penjualan kilogram akan semakin tertarik dan berharap bisa meningkatkan daya beli.

3. Kilogram coffee melakukan kegiatan hubungan masyarakat dan pemberitaan yaitu dengan terus membangun interaksi dengan para konsumen atau pengikut nya di Instagram. Dengan selalu merespon pesan-pesan konsumen nya baik melalui direct message ataupun kolom komentar. Pada waktu tertentu kilogram juga sempat mengadakan konten yang berisikan kusioner mengenai kebutuhan dan hal-hal apa saja yang dibutuhkan berdasarkan sudut pandang konsumen. Karena selain bisa menjalin komunikasi dengan konsumen, hal itu juga bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk kilogram yang berasal dari respon konsumen. Untuk unggahan di Instagram, kilogram pun selalu menyusun content plan agar setiap konten beserta waktunya lebih terarah dan terencana. Kemudian dalam hal pembuatan caption di instagram, kilogram selalu memprioritaskan nilai hospitality agar membuat konsumen merasa nyaman. selain itu, hal-hal informatif seputar tempat, harga, menu dll selalu dicantumkan di caption dengan pertimbangan tetap selaras dengan visual.

Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial di Instagram yang dilakukan Kilogram Coffee cukup dapat menarik konsumen untuk mempertahankan minat beli konsumen dimasa pandemi covid-19. Kilogram Coffee melakukan kegiatan periklanan dengan menggunakan beberapa fitur yang tersedia di Instagram. Hal itu dilakukan dengan mengunggah iklan di story hingga feeds Instagram. Dari beberapa unggahan tersebut, Kilogram juga memanfaatkan iklan berbayar atau Instagram Ads yang bisa membuat jangkauan iklan nya lebih luas lagi. Segmen pasar untuk iklan nya berasal dari berbagai kalangan mulai dari keluarga, orang kantoran, hingga anak muda millenials. dalam proses pembuatan iklan, ide yang didapatkan berasal dari hasil analisis mengenai produk penjualan, melihat referensi coffee shop luar negeri, dan juga di pinterest untuk referensi kontennya. Promosi penjualan yang dilakukan Kilogram Coffee melalui media sosial Instagram di masa pandemi Covid-19 ini adalah dengan bagaimana memberikan kenyamanan dari segi harga ditengah adanya pandemi Covid-19. Dimana kilogram coffee pada saat itu terus berupaya mengadakan promo yang terdapat banyak potongan harga dari beberapa produk dan juga dibuatkan paket bundling makanan minuman serta voucher belanja dengan potongan harga khusus. Promosi penjualan tersebut dipertimbangkan secara matang oleh tim Kilogram seperti produk yang akan dipromosikan, salah satu nya membuat beberapa pilihan paket ataupun produk. Pemilihan produk tersebut dilihat berdasarkan keunggulan dari produknya dan juga terkadang menaikkan produk yang sedang turun. Kegiatan hubungan masyarakat dan

pemberitaan yaitu dengan terus membangun interaksi dengan para konsumen atau pengikut nya di Instagram. Dengan selalu merespon pesan-pesan konsumen nya baik melalui direct message ataupun kolom komentar. Pada waktu tertentu kilogram juga sempat mengadakan konten yang berisikan kusioner mengenai kebutuhan dan hal-hal apa saja yang dibutuhkan berdasarkan sudut pandang konsumen. Untuk unggahan di Instagram, kilogram pun selalu menyusun content plan agar setiap konten beserta waktunya lebih terarah dan terencana. Kemudian dalam hal pembuatan caption di instagram, kilogram selalu memprioritaskan nilai hospitality agar membuat konsumen merasa nyaman.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian yang dilakukan, peneliti juga memberikan saran yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh pihak Kilogram Coffee yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran bagi perusahaan Kilogram Coffee

1. Kilogram Coffee diharapkan tetap terus mempertahankan ataupun meningkatkan strategi komunikasi pemasaran yang kini telah dijalankan. Dengan poin terutama dari hal periklanan, promosi, dan pemberitaan melalui akun Instagram nya.
2. Kilogram Coffee diharapkan semakin aktif membuat konten yang bersifat informatif. Bisa juga diimbangi dengan humor agar daya tarik

audience lebih tinggi lagi untuk melihat konten dari Instagram Kilogram Coffee.

3. Kilogram Coffee diharapkan lebih gencar lagi mengadakan promosi serta diskon produk pada setiap bulannya. Dari hal itu akan menimbulkan daya tarik konsumen untuk berkunjung dan membeli produk dari Kilogram Coffee.
4. Kilogram Coffee diharapkan untuk bisa mengadakan event-event tertentu yang mungkin bisa saja berkolaborasi dengan beberapa pihak. Dari event seperti itu mungkin bisa mendapatkan feedback yang cukup positif untuk semakin terkenal dan lebih luas lagi pasarnya.
5. Kilogram Coffee diharapkan tetap bisa mempertahankan hospitality atau keramah-tamahan terhadap konsumen agar hubungan harmonis tetap terjalin hingga membuat konsumen semakin nyaman.