

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan uraian pada hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

#### **5.1 Kesimpulan**

Terdapat 3 hal yang menjadi dasar Peranan Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Bukit Amaish Café & Resto yaitu:

##### **5.1.1 Peran Media Sosial dalam Menampilkan Kualitas Produk**

5.1.1.1 Tampilkan Visual berkualitas Tinggi, yaitu dengan menggunakan video maupun foto dengan mempertimbangkan pemilihan gambar yang memiliki resolusi tinggi, penataan letak, menampilkan kesegaran makanan sehingga membuat konsumen menjadi tertarik dan berkeinginan mencoba.

5.1.1.2 Testimoni dan Ulasan Pelanggan, sebuah testimoni yang diberikan konsumen/ pengunjung dikatakan sangat penting karena dari testimoni tersebut menjadi indikator terhadap kepuasan pengunjung terhadap sajian makanan dan minuman ataupun pelayanan yang memuaskan.

5.1.1.3 Repost Postingan Buatan Pengunjung yaitu dengan membagikan ulang atau istilah kerennya adalah repost mendapatkan beberapa keuntungan yaitu saat pengunjung posting akan banyak pengikut/ follower melihat dimana lokasi, tempat, ataupun jenis produk yang ditawarkan.

5.1.1.4 Penggunaan Cerita dan Narasi tentang Produk yang dihasilkan yaitu dengan menambahkan cerita narasi berupa asal usul, resep, filosofi terciptanya suatu produk.

### **5.1.2 Peran Media Sosial dalam Promosi Penjualan Produk**

5.1.2.1 Media Sosial Meningkatkan pandangan serta jangkauan suatu produk. Media Sosial sangat memberikan kesempatan untuk menjangkau segmen pasar lebih luas lagi dengan waktu yang relatif singkat dan biaya rendah. Dengan media sosial penyebaran informasi lebih cepat dan sera langsung dapat diterima masyarakat.

5.1.2.2 Pemasaran Terarah melalui Interaksi Langsung dengan Konsumen, sebuah Brand dapat menentukan/ menargetkan pasar dan segmen audiens apa yang diinginkan, dengan menampilkan produk yang relevan membuat hasil yang didapatkanpun lebih maksimal.

5.1.2.3 Word of Mouth, Media Sosial sangatlah memberikan power terhadap konsumen agar mejadi promotor melalui word of mouth. Dengan kepuasan yang didapatkan konsumen dapat dengan mudahnya menceritakan, mengungkapkan, memberikan pengalaman baik, meemberikan ulasan positif, dan kemudian merekomendasikan apa yang mereka rasakan

### **5.1.3 Faktor Penghambat Media Sosial dalam Menampilkan Kualitas Produk dan Promosi Penjualan**

#### **5.1.3.1 Kualitas Visual yang Buruk dan Konten Tidak Konsisten**

Kualitas visual yang buruk dan penggarapan konten yang asal-asalan menjadi penghambat dalam menciptakan pandangan konsumen tentang suatu produk

#### **5.1.3.2 Ketergantungan pada Algoritma**

Berubah-ubahnya algoritma yang tak teridentifikasi waktunya menyebabkan jangkauan menjadi pendek. Membutuhkan lebih banyak investasi terhadap iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas.

#### **5.1.3.3 Testimoni Negatif**

Testimoni menjadi bak dua sisi mata uang, apabila dikelola dengan baik akan menjadikan lahan yang sangat menguntungkan bagi pemilik usaha. Namun sebaliknya apabila tak dikelola sedemikian rupa akan menjadi pisau tajam dalam meningkatkan pengunjung tentang bisnis yang dibangun.

#### **5.1.3.4 Keterbatasan Sumber Daya**

Kurangnya sumber daya manusia, tenaga pekerja menyebabkan tumpang tindih dalam pengerjaan sesuatu. Membuat pekerjaan jadi tidak konsisten karena tidak fokus mengerjakan satu dua hal sehingga menyebabkan hasil tidak maksimal.

#### **5.1.3.5 Tingkat Persaingan yang tinggi**

pemilik bisnis atau usaha harus lebih cerdas dan kreatif menciptakan produk dan iklan yang lebih menarik perhatian konsumen atau pengunjung dalam menciptakan Brand Awareness, terutama untuk usaha kecil dengan sumber daya yang terbatas, karena banyaknya industri yang sama sehingga memunculkan persaingan.

#### 5.1.3.6 Keadaan Lainnya

Yang dimaksud disini adalah terkendala jaringan internet yang tak stabil, kecelakaan kerja, bencana alam, kebakaran yang akhirnya menghambat proses dan menciptakan hasil yang tidak maksimal.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil pengamatan secara langsung dan wawancara yang telah dilaksanakan, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

### 5.2.1 Peran Media Sosial dalam Menampilkan Kualitas Produk

Menginvestasikan bebrapa peralatan fotografi dan videografi yang berkualitas, atau pertimbangkan untuk menggunakan jasa profesional dalam menghasilkan konten visual berkualitas tinggi. Selain itu, tetapkan jadwal publikasi konten yang konsisten untuk menjaga keterlibatan pengikut. Selain itu melakukan pelatihan untuk tim internal atau bekerjasama dengan fotografer lokal agar setiap visual yang diunggah memenuhi standar estetika yang tinggi dan memikat konsumen, Secara aktif mengajak pelanggan untuk memberikan ulasan dan testimoni setelah

mereka mengunjungi kafe dan mencoba produk. Pastikan untuk merespon setiap ulasan, baik positif maupun negatif, dengan sopan dan profesional. Selain itu gunakan ulasan negatif sebagai kesempatan untuk meningkatkan kualitas layanan. Bangun program penghargaan atau promosi kecil untuk pelanggan yang memberikan ulasan positif guna memotivasi lebih banyak umpan balik yang baik.

### **5.2.2 Peran Media Sosial dalam Promosi Penjualan Produk**

Arahkan pengunjung untuk membagikan pengalaman mereka di media sosial dengan membuat konten yang mudah untuk di-repost, seperti menyediakan spot foto estetik di kafe atau mengadakan kampanye tagar. Berikan insentif seperti diskon kecil atau hadiah bagi pengunjung yang membagikan postingan mereka dengan menyertakan tagar atau menandai akun resmi kafe.

### **5.2.3 Faktor Penghambat Media Sosial dalam Menampilkan Kualitas Produk dan Promosi Penjualan**

Kolaborasi dengan tenaga kreatif seperti fotografer, videografer, atau agen pemasaran digital untuk membantu produksi konten. Jika sumber daya terbatas, fokuskan tenaga yang ada pada kegiatan inti yang paling berdampak. Pertimbangkan untuk bekerja sama dengan influencer mikro yang lebih terjangkau untuk mempromosikan kafe, atau rekrut tenaga magang di bidang kreatif atau pemasaran untuk membantu operasional media sosial. Dalam mengatasi persaingan yang tinggi Temukan unique selling point (USP) yang membedakan Bukit Amaish Café & Resto dari

kompetitor. Gunakan USP ini dalam setiap kampanye media sosial untuk menarik perhatian dan menciptakan brand awareness yang lebih kuat dan berfokus pada keunikan dari produk, lokasi, atau pengalaman yang ditawarkan di kafe untuk menciptakan konten yang berbeda dan menarik. Terakhir adalah menyiapkan strategi cadangan untuk menghadapi situasi darurat seperti gangguan jaringan, bencana alam, atau kecelakaan. Buat sistem backup dan skenario manajemen krisis untuk menjaga kelangsungan operasi kafe dan kegiatan promosi. Manfaatkan platform yang dapat diakses secara offline dan tetap jaga konektivitas dengan pelanggan melalui email marketing atau aplikasi pesan langsung.