

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data dan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dengan media sosial Instagram dalam penjualan Pelataran Puan Cafe selama masa pandemi Covid-19 didapat kesimpulan yaitu strategi yang dilakukan Pelataran Puan Cafe dengan bauran promosi yaitu menggunakan media sosial *Instagram* sebagai upaya untuk mempromosikan dan menjual produk-produk yang ada di Pelataran Puan Cafe karena mudah diakses, ekonomis, dan jangkauan yang luas.

Pelataran Puan Cafe telah menerapkan periklanan (*Advertising*) melalui *Instagram Ads* karena mudah diakses, ekonomis dan jangkauan yang luas karena *Instagram Ads* juga tersambung di media sosial *Facebook*. Pelataran Puan Cafe memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat dalam instagram, cara yang dilakukan yaitu dengan cara *talking* dan promosi *bundling*. *Talking* yang dilakukan admin Pelataran Puan Cafe sudah tepat dimana dengan cara ini admin dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan agar pihak cafe mengetahui produk-produk yang paling diminati oleh para pelanggan dan dapat secara langsung mendapat saran yang bertujuan untuk membangun Pelataran Puan Cafe menjadi lebih baik. Strategi *Bundling* yang dilakukan Pelataran Puan Cafe sudah tepat dengan menggabungkan dua produk berbeda menjadi satu paket yang dinamakan paket hemat. Pembeli akan cenderung penasaran dengan

adanya paket hemat ini karena pelanggan dapat membeli dua produk berbeda dengan harga lebih murah dibanding dengan harga normal dan berguna untuk mempromosikan produk yang kurang dikenal oleh pelanggan, strategi ini akan menarik perhatian pelanggan, strategi ini digunakan di masa pandemi Covid-19 untuk memaksimalkan penggunaan bahan baku yang ada.

Penggunaan media sosial Instagram oleh Pelataran Puan Cafe juga telah disesuaikan dengan para pelanggannya. Produk yang mereka tawarkan adalah satu produk minuman dan makanan yang sangat cocok dengan anak muda masa kini sehingga target pasar mereka sudah tepat yaitu pelajar dan mahasiswa. Upaya selanjutnya dengan melakukan strategi *giveaway* yang tentunya dapat menarik para follower instagram Pelataran Puan Cafe untuk datang ke lokasi dan sekaligus akan menambah jumlah followers instagram Pelataran Puan Cafe. Promosi yang baik di media sosial instagram juga didukung dengan pelayanan yang baik sehingga pelanggan akan merasa puas, mendapat respon positif dari pelanggan dan dapat mendukung popularitas Pelataran Puan Cafe.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Pelataran Puan Cafe menggunakan bauran promosi melalui media sosial Instagram dalam melakukan strategi promosi sudah baik meskipun ada kekurangan dan kemudian peneliti membuat saran yang dibagi menjadi dua berdasarkan kepentingannya yaitu saran untuk Tim Digital Marketing Pelataran Puan Cafe dan juga saran untuk penelitian lebih lanjut yang bersifat akademis :

1. Saran untuk tim *Digital Marketing*

Lebih memaksimalkan sumber daya manusia yang ada pada Tim Digital Marketing Pelataran Puan Cafe, memaksimalkan dan memperindah dalam membuat konten-konten foto dan video yang diunggah di Instagramnya seperti merapikan feeds, membuat konten yang informatif dengan gaya yang menarik agar tidak terkesan membosankan.

Memperdalam mengenai *Google Ads* agar lebih efektif dalam melakukan pengiklanan karena jika dilakukan tidak tepat sasaran hanya akan membuang biaya untuk pengiklanan, sebaliknya jika pengiklanan melalui *Google Ads* dilakukan dengan tepat akan didapatkan hasil yang maksimal.

2. Saran Akademis

Membutuhkan penelitian lebih lanjut pada strategi promosi yang dilakukan Pelataran Puan Cafe secara langsung (*on the spot*) yang sekiranya data yang dicari lebih mendalam dan memiliki pandangan yang beragam, diperlukan lebih lanjut mengenai efektivitas Pelataran Puan Cafe agar menjadi kafe yang dicari oleh pengunjung saat berkunjung di Yogyakarta.