

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Analisis Target Customer, pemilihan platform *digital*, konten *digital*, penggunaan SEO, kampanye berbayar, analisis kinerja, dan pengelolaan risiko serta adaptasi strategi merupakan komponen krusial dari rancangan *Digital Marketing* untuk meningkatkan *brand awareness* pada CV. Opung Waffle Indonesia. Dengan memahami karakteristik target customer, CV. Opung Waffle Indonesia berhasil menentukan profil, preferensi, perilaku konsumen, serta perjalanan pelanggan. Melalui fokus pada kelompok usia 18-35 tahun dengan pendapatan menengah ke atas, perusahaan dapat merancang strategi *Digital Marketing* yang relevan dengan gaya hidup urban.

Pemilihan platform *digital* seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok didasarkan pada analisis target customer yang aktif di platform tersebut. Setiap platform dipilih dengan strategi unik yang memaksimalkan eksposur merek. Konten *digital* yang dirancang, mulai dari galeri visual produk hingga konten interaktif, menggambarkan pendekatan holistik untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat target customer. Penggunaan SEO diintegrasikan untuk meningkatkan visibilitas CV. Opung Waffle Indonesia di mesin pencari, dengan langkah-langkah seperti penelitian kata kunci, optimasi konten, dan strategi backlink. Ini merupakan langkah krusial untuk menarik perhatian calon pelanggan yang mencari informasi kuliner secara online.

Kampanye berbayar menjadi bagian terintegrasi dalam strategi, dengan penekanan pada platform-platform yang sesuai dengan target customer. KPI diterapkan untuk mengukur kinerja kampanye di setiap platform, memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi keberhasilan dan area yang perlu diperbaiki. Analisis kinerja dan KPI mencakup pengukuran pertumbuhan follower, engagement rate, conversion rate, view count, watch time, dan lainnya. Ini membantu CV. Opung Waffle Indonesia untuk terus memperbaiki dan meningkatkan strategi mereka sesuai dengan respons dan tren konsumen. Pengelolaan risiko dan adaptasi strategi menjadi langkah penutup, dengan identifikasi risiko seperti perubahan algoritma dan perubahan tren konsumen. Strategi adaptasi termasuk diversifikasi platform, fleksibilitas kampanye berbayar, pembaruan konten, dan pemantauan aktif terhadap aktivitas online. Dengan pendekatan ini, CV. Opung Waffle Indonesia siap untuk menghadapi tantangan dan tetap berinovasi dalam dunia *Marketing digital* yang dinamis.

## 5.2 SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas strategi *Digital Marketing*, CV. Opung Waffle Indonesia dapat mempertimbangkan beberapa saran penting. Pertama, optimalisasi interaksi dengan customer perlu ditingkatkan, baik melalui tanggapan aktif terhadap komentar maupun pesan langsung kepada pengikut. Kolaborasi dengan influencer lokal juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan merek di tingkat komunitas. Eksplorasi fitur terbaru dari platform-platform *digital*

seperti Instagram dan TikTok dapat memberikan peluang kreatif baru untuk menarik perhatian customer. Leverage ulasan pelanggan secara teratur untuk membangun kepercayaan konsumen potensial, dan sesuaikan jenis konten berdasarkan analisis kinerja untuk memaksimalkan dampak positif. Memberikan konten eksklusif kepada pengikut setia dapat merangsang loyalitas konsumen. Penguatan keberadaan di platform lokal, partisipasi dalam event atau kolaborasi komunitas, dan peningkatan fokus pada keberlanjutan juga dapat memberikan dampak positif. Terakhir, pemantauan terus-menerus terhadap tren pasar baik dalam industri kuliner maupun *Digital Marketing* dapat membantu CV. Opung Waffle Indonesia untuk tetap inovatif dan relevan di mata konsumen. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan perusahaan dapat memperkuat *brand awareness* dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

