

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa penerapan *digital marketing melalui social media marketing* untuk meningkatkan *engagement rate* pada Jiwani Coffee Padang, khususnya melalui platform Instagram, telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan *engagement rate* dan loyalitas pelanggan. Penggunaan Instagram tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana interaksi yang mendekatkan hubungan antara merek dan konsumen.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran ini meliputi kurang aktifnya aktivitas di media sosial, konten postingan yang kurang variatif dan menarik, serta belum adanya standar operasional prosedur (SOP) yang mengatur pengelolaan konten secara sistematis. Hal ini berpotensi menghambat efektivitas pemasaran digital yang dijalankan.

Solusi yang diusulkan meliputi penyusunan kalender konten terstruktur, diversifikasi jenis dan tema konten, peningkatan interaksi audiens melalui fitur interaktif, serta pengembangan SOP yang jelas sebagai pedoman pengelolaan media sosial. Dengan penerapan solusi tersebut, Jiwani Coffee diharapkan dapat meningkatkan keaktifan di media sosial, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat posisi merek di pasar kopi.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran untuk Jiwani Coffee Padang dalam meningkatkan efektivitas *digital marketing* melalui *social media marketing*, antara lain:

1. Meningkatkan frekuensi dan variasi konten yang diposting di media sosial dengan menyusun kalender konten yang terencana dan menarik bagi audiens.
2. Mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur interaktif di Instagram, seperti *polling* dan kuis, untuk meningkatkan keterlibatan serta membangun komunitas pelanggan yang loyal.
3. Membuat dan menerapkan SOP pengelolaan konten yang jelas sebagai pedoman untuk menjaga konsistensi serta kualitas konten yang dipublikasikan.
4. Melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi social media marketing secara berkala berdasarkan analisis data dan feedback dari audiens.

Dengan menerapkan kesimpulan dan saran tersebut, Jiwani Coffee Padang akan mampu memaksimalkan potensi *digital marketing* melalui *social media marketing* dalam meningkatkan *engagement rate*, meningkatkan penjualan, serta memperkuat identitas merek secara berkelanjutan.

5.3 PENUTUP

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan Jiwani Coffee Padang dapat meningkatkan *engagement rate* dan memperkuat posisi merek di pasar. Pemasaran *digital* yang efektif tidak hanya akan meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan strategi pemasaran di Jiwani Coffee Padang dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang yang sama. Penulisan ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha lainnya dalam industri kopi dan sektor-sektor lain yang ingin memanfaatkan *social media* dan pemasaran digital untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, Jiwani Coffee Padang dapat terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan tren pasar serta kebutuhan konsumen yang dinamis.

