

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Strategi periklanan yang dilakukan oleh Iro Rumah Kopi melalui Instagram terbukti efektif dalam strategi pemasaran promotion mixx. Beberapa temuan penting meliputi:

1. **Advertising (Periklanan)**

Iro Rumah Kopi menggunakan iklan berbayar dan bermitra dengan akun Instagram lokal untuk meningkatkan awareness dan engagement.

2. **Personal Selling (Penjualan Personal):**

Diajeng, pemilik Iro Rumah Kopi, secara langsung berinteraksi dengan pelanggan di kafe setiap hari, membangun hubungan personal dan menangani *Feedback* dengan serius untuk menjaga kepuasan pelanggan.

3. **Sales Promotion (Promosi Penjualan):**

Melalui Instagram, Iro Rumah Kopi menggunakan berbagai fitur seperti reels dan highlight stories untuk mempromosikan promo pagi, peluncuran menu baru, dan promosi khusus bagi karyawan dan pelajar.

4. **Direct Marketing (Pemasaran Langsung):**

Dengan menghadirkan berbagai kegiatan yang interaktif dan berkesan, seperti partisipasi dalam Car Free Day, Iro Rumah Kopi berhasil menciptakan pengalaman positif yang mendorong loyalitas pelanggan

Berdasarkan analisis strategi AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) yang diterapkan oleh Iro Rumah Kopi pada platform Instagram, dapat disimpulkan bahwa pendekatan ini efektif dalam menarik dan mempertahankan perhatian pengguna, memupuk minat, memfasilitasi pencarian produk, mendorong tindakan, serta memperluas jangkauan melalui berbagi konten. Berikut adalah kesimpulan utama dari masing-masing tahapan AISAS:

1. **Attention (Perhatian)**

Iro Rumah Kopi berhasil menarik perhatian pengguna Instagram melalui penggunaan konten visual yang menarik, headline yang kuat, dan teknik kreatif

seperti story dan carousel. Fitur reels Instagram terbukti paling efektif dalam menarik perhatian, dengan konten yang memiliki elemen personal dan relatable menghasilkan engagement yang tinggi, seperti terlihat pada konten tentang harus pulang cepat dan tutup toko karena pacar menunggu yang mendapatkan 553 ribu views dan 23,9 ribu likes. Kesimpulannya, kombinasi visual menarik, caption yang kuat, dan teknik kreatif berhasil menarik perhatian pengguna secara efektif.

2. ***Interest (Minat)***

Untuk mempertahankan minat pengikut, Iro Rumah Kopi menggunakan konten yang relevan, cerita yang menginspirasi, dan interaksi aktif dengan komentar dan pesan langsung. Postingan tentang peluang karir di Iro Rumah Kopi mendapatkan banyak komentar, menunjukkan bahwa informasi tersebut relevan dan menarik bagi audiens. Pengguna menunjukkan antusiasme melalui komentar positif dan pertanyaan lebih lanjut, yang mengindikasikan minat tinggi untuk bergabung atau mengetahui lebih banyak tentang kesempatan yang ditawarkan.

3. ***Search (Pencarian)***

Iro Rumah Kopi mempermudah akses informasi tentang produk mereka melalui penggunaan hashtag yang tepat dan link langsung ke halaman produk atau layanan. Hashtag seperti #kopijakartaselatan, #ditunggudirumah, dan #coffeshopjksel membantu memperluas jangkauan dan memudahkan proses penelusuran oleh pengikut mereka. Penggunaan hashtag ini meningkatkan visibilitas dan pencarian produk atau layanan, memfasilitasi pengguna untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan mudah.

4. ***Action (Tindakan)***

Penggunaan *call-to-action* (CTA) yang efektif, seperti "beli sekarang" atau "kunjungi toko kami," membantu meningkatkan konversi pengikut menjadi pelanggan aktif. Link di bio Instagram @irorumahkopi memberikan akses mudah ke berbagai pilihan layanan, termasuk Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp, Go-food, dan Google Maps. Integrasi media sosial dan platform digital lainnya memastikan pengalaman yang komprehensif dan memuaskan bagi pelanggan, meningkatkan penjualan dan loyalitas jangka panjang.

5. ***Share (Berbagi)***

Iro Rumah Kopi mendorong pengikut mereka untuk berbagi konten atau pengalaman mereka dengan merek, memanfaatkan potensi viralitas dan jaringan sosial pengikut untuk memperluas jangkauan dan pengaruh merek. Dengan mengajak pengikut untuk berpartisipasi aktif dalam berbagi cerita dan momen di kedai kopi mereka, Iro Rumah Kopi berhasil membangun komunitas yang kuat dan memperluas visibilitas merek secara organik. Kolaborasi dengan pengikut juga membangun hubungan yang lebih dalam dan personal, menciptakan ikatan emosional dan kesetiaan merek yang berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa rekomendasi untuk Iro Rumah Kopi dalam mengoptimalkan strategi pemasaran adalah sebagai berikut:

1. **Optimalisasi Platform Iklan**

Meskipun strategi yang ada sudah efektif, Iro Rumah Kopi masih bisa meningkatkan hasil dengan mengoptimalkan ads dari meta business sebagai platform periklanan yang lebih luas dan terstruktur.

2. **Pengembangan Hubungan dengan *Influencer***

Memperluas kemitraan dengan lebih banyak influencer dan akun komunitas dapat memperkuat strategi periklanan dan personal selling.

3. **Mengadakan Lomba atau *Giveaway***

Meningkatkan interaksi dengan cara mengadakan *Giveaway* atau lomba yang mampu meningkatkan interaksi audiens dengan merek seperti halnya kontes foto dengan syarat pengikut untuk melakukan *mention* dengan akun instagram Iro Rumah Kopi.