

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil survei dan Analisa data yang telah dikumpulkan dari dua kuesioner, dapat disimpulkan bahwa kedua aspek, yaitu *social media marketing* dan *brand awareness*, memiliki peranan vital dalam mempengaruhi persepsi dan keputusan investasi terhadap produk reksadana Bibit.

1. Peran *Social Media Marketing* yang Diterapkan oleh Bibit.

Social Media Marketing Bibit memiliki peran yang sangat signifikan dan efektif dalam memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi Bibit. Ini ditunjukkan oleh tingginya persentase responden yang sangat setuju bahwa kampanye media sosial, ulasan dan testimoni, serta frekuensi *update* informasi di media sosial, menjadi faktor penentu keputusan mereka. Selain itu, informasi yang diperoleh dari media sosial dianggap sangat dapat dipercaya oleh mayoritas responden.

2. *Brand Awareness* pada Aplikasi Bibit.

Brand awareness Bibit berada pada tingkat yang tinggi dan sangat positif. Tingginya kesadaran merek Bibit secara langsung memengaruhi keputusan responden untuk menggunakan aplikasi. Lebih dari itu, *brand awareness* yang tinggi juga membantu responden memahami aplikasi serta layanan investasi yang ada di dalamnya, menunjukkan bahwa Bibit berhasil membangun merek yang tidak hanya dikenal tetapi juga memberikan pemahaman produk. Selain itu berdasarkan pengalaman pengguna terhadap aplikasi Bibit juga sangat positif. Responden menyatakan bahwa aplikasi ini mudah digunakan, nyaman, efisien, dan memudahkan pemantauan portofolio secara berkala, hal ini memperkuat pengalaman yang menyeluruh dan mendukung kepercayaan terhadap aplikasi Bibit.

3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Penggunaan Aplikasi Bibit.

- Pengaruh *Social Media Marketing*.
- *Brand Awareness* yang Tinggi.
- Ketersediaan Informasi Lengkap.
- Pengalaman Pengguna yang Positif.

Selain itu mayoritas dari responden menyatakan bahwa mereka menggunakan ketiga jenis instrumen investasi (saham, reksa dana, dan obligasi). Hal ini menunjukkan bahwa Bibit berhasil menyediakan produk yang beragam dan sesuai kebutuhan, sebagaimana tercermin dari jawaban positif terhadap pernyataan tentang keberagaman produk. Dengan adanya fitur Robo Advisor juga terbukti membantu pengguna dalam menyesuaikan investasi dengan profil risiko masing-masing, memperkuat persepsi bahwa Bibit adalah platform investasi yang adaptif dan mudah digunakan.

V.2 Saran

Berdasarkan temuan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk aplikasi Bibit sebagai platform investasi berbasis digital:

1. Optimalkan Penyajian Konten Visual dan Interaksi Digital: Bibit disarankan untuk terus mengembangkan konten visual yang inovatif dan menarik, seperti video informatif, infografis, serta live streaming interaktif. Dengan demikian, audiens tidak hanya mendapatkan informasi yang mudah dipahami, tetapi juga terlibat secara aktif dalam dialog melalui kolom komentar atau forum tanya jawab. Strategi ini dapat meningkatkan engagement dan memperkuat brand awareness secara keseluruhan.
2. Tingkatkan Kredibilitas Informasi yang Disampaikan: Sangat penting bagi Bibit untuk menjamin bahwa setiap informasi yang disajikan di media sosial maupun platform lainnya bersifat transparan dan akurat. Konsistensi dalam penyampaian informasi akan memperkuat kepercayaan investor serta menciptakan kesan bahwa brand tersebut tidak hanya menarik tapi juga bisa diandalkan.
3. Konsistensi Identitas Brand dan Penyediaan Informasi Lengkap: Brand Bibit perlu terus mempertahankan konsistensi elemen visual seperti logo, slogan, dan skema warna yang memudahkan pengenalan merek. Selain itu, ketersediaan informasi yang lengkap dan update secara berkala melalui kanal resmi tidak hanya membuat investor semakin memahami produk,

tetapi juga meningkatkan keyakinan mereka dalam mengambil keputusan investasi.

Saran bagi para investor, khususnya investor pemula yang menjadi pengguna aktif aplikasi Bibit:

1. Meningkatkan literasi keuangan digital, diharapkan para investor tidak hanya mengandalkan informasi dari media social, tetapi juga melakukan cross-check terhadap informasi keuangan yang diperoleh. Mengikuti pelatihan atau webinar keuangan digital yang diselenggarakan oleh OJK atau komunitas terpercaya lainnya.
2. Menumbuhkan kesadaran terhadap risiko investasi, pengambilan keputusan harus berbasis pada profil risiko dan tujuan jangka Panjang, bukan hanya tren di media social.

Penulisan tugas akhir untuk peneliti selanjutnya. Penulisan tugas akhir ini memiliki Batasan pada pendekatan deskriptif dan fokus pada satu platform aplikasi. Untuk pengembangan studi akademik lebih lanjut, beberapa hal berikut dapat dijadikan acuan:

1. Penulisan tugas akhir selanjutnya dapat melibatkan lebih dari satu aplikasi investasi (seperti Ajaib, Bareksa, dan Pluang) agar dapat dilakukan perbandingan efektivitas strategi social media marketing dan dampaknya terhadap brand awareness serta keputusan investasi.
2. Penggunaan Model Teoritis yang Lebih Kompleks. Seperti *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, atau *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* dapat digunakan untuk memahami lebih dalam perilaku pengguna dalam konteks aplikasi keuangan digital.
3. Pendekatan Kuantitatif Lanjutan atau Mixed Methods. Selain pendekatan kualitatif atau deskriptif, penulisan tugas akhir selanjutnya dapat menggabungkan metode kuantitatif atau mixed methods agar hasilnya lebih generalisable dan memiliki signifikansi statistik yang kuat.