

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

- 1) Hoki food telah menerapkan aktivitas promosinya dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat dalam Instagram, dipergunakan dengan maksimal dalam mengunggah konten foto maupun video.
- 2) Hoki food memanfaatkan fitur Ig-Tv atau reels, dengan membuat konten-konten berupa video yang dapat mereka kreasikan dengan lebih kreatif agar menarik perhatian para *followers* atau konsumen Hoki Food.
- 3) Hoki Food telah menerapkan periklanan melalui *Instagram Ads* karena mudah diakses, ekonomis, dan jangkauan yang luas sehingga Hoki Food menilai bahwa penerapan Instagram Ads sangat efektif untuk Hoki Food.
- 4) Selain itu Hoki Food juga telah aktif menggunakan DM, dimana admin Hoki Food dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan agar Hoki Food mengetahui produk-produk yang paling diminati oleh para pelanggan dan dapat secara langsung mendapat saran yang bertujuan untuk membanguaran Hoki Food menjadi lebih baik.
- 5) Hoki Food juga melakukan kerjasama dengan influencer dengan tujuan memperkenalkan produk mereka, tetapi target influencer ternyata tidak memberikan feedback yang cukup baik dan sesuai dengan keinginan Hoki Food.

Dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram mempunyai manfaat yang sangat besar bagi Hoki Food. Media sosial dinilai sebagai sarana yang efektif untuk melakukan kegiatan pemasaran karena berfokus langsung pada segmen pasar

sasaran yang sudah jelas yaitu followers. Saat ini media sosial menjadi platform yang paling banyak digemari pelaku bisnis salah satunya Hoki Food. Karakteristik dan berbagai fitur yang dimiliki oleh Instagram menjadikan platform ini menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan termasuk dalam aktivitas pemasaran hingga terjadinya transaksi jual beli. Penggunaannya yang mudah dan dapat diakses oleh siapapun dan kapanpun.

Penggunaan Instagram juga mempunyai manfaat bagi Hoki Food dalam pemasaran saat masa pandemi covid 19 yaitu membuat interaksi antara pemilik usaha Hoki Food dengan calon konsumen menjadi lebih terikat karena melakukan interaksi secara personal untuk membangun keterikatan yang lebih dalam. Selain itu, Instagram juga dapat menjadi media promosi agar Hoki Food lebih dikenal oleh konsumen atau masyarakat. Promosi dapat dilakukan dengan pengaturan feeds postingan, pembuatan konten Ig-Tv, instastory Instagram yang menarik agar konsumen tertarik untuk membelinya. Adanya promosi tersebut membuat penjualan Hoki Food menjadi sedikit meningkat, karena beberapa konsumen tertarik untuk membeli produk-produk yang ditawarkan oleh Hoki Food. Sehingga pemanfaatan media sosial Instagram membuat pemasaran menjadi efektif karena memberikan manfaat dan keuntungan bagi Hoki Food.

5.2 Saran

1. Agar kedepannya Hoki Food dapat tetap memanfaatkan fitur instastory yang berguna untuk menyampaikan informasi seputar produknya yang berupa foto maupun video yang lebih kreatif, tetap aktif untuk mengunggah konten-konten pada instastory setiap harinya, hal tersebut dilakukan agar penggunaan Instastory dapat lebih maksimal.
2. Penggunaan Ig-Tv atau Reels agar tetap dimanfaatkan dengan membuat video-video lebih kreatif dan unik guna menarik perhatian pelanggan.
3. Hoki Food harus tetap aktif melayani konsumen melalui fitur DM. Agar adanya interaksi dengan konsumen dengan membuka ruang chat pada fitur direct message. Karena jika DM admin Hoki Food tidak aktif menggunakan

DM atau membalas pesan melalui DM, konsumen akan beranggapan bahwa bisnis Hoki Food sudah tidak aktif.

4. Hoki Food harus tetap melakukan langganan iklan atau pemasangan *Instagram Ads*, karena dengan begitu Hoki Food akan semakin dikenal banyak khalayak. Karena dengan pemasangan Instagram Ads bisnis Hoki Food dapat dijangkau lebih luas lagi hingga ke berbagai kota.
5. Hoki Food kedepannya harus lebih teliti dalam memilih influencer yang akan diajak kerjasama dalam memperkenalkan produknya. Agar *feedback* yang diinginkan sesuai dengan yang diharapkan.
6. Hoki Food perlu menampilkan ciri khas dan keunikan bentuk pemasarannya, supaya lebih banyak dikenal masyarakat khususnya wilayah Bekasi. Karena dengan Hoki Food memiliki ciri khas atau keunikan tersendiri akan memiliki perbedaan dengan gaya pemasaran berbeda dengan UMKM sejenis lainnya.

