

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan untuk menghadapi permasalahan yang dihadapi *Amor Coffee* didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Peneliti memberikan rekomendasi konten yang menjadi acuan untuk pembuatan konten selanjutnya. Pada tahap pertama evaluasi konten awal menggunakan metode *AIDA marketing* belum memenuhi standarnya. Peneliti melakukan beberapa peningkatan dari segi isi konten, keselarasan desain dan *copywriting*. Aspek pada tahap *ideate* ini diterapkan semua kedalam desain konten, untuk hasil rekomendasi desain ini dapat dilihat pada tahap *prototype*. Dalam insight instagram konten rekomendasi ini memperoleh respon cukup banyak dan dikatakan berhasil karena selaras dengan tujuan utama penelitian ini yaitu peningkatan pengunjung pada instagram.
2. Hasil pengujian menggunakan metode *AIDA marketing* ini dilakukan 2 kali yang pertama untuk mengidentifikasi kekurangan pada konten yang sudah ada dimana konten tersebut belum memenuhi standart dari *AIDA marketing* karena memperoleh presentase nilai **39,4%** berada pada kategori **tidak setuju**. Pengujian juga dilakukan terhadap konten rekomendasi rencangan peneliti memperoleh nilai cukup baik yaitu **89,77%** berada pada kategori **sangat setuju**. Instrumen yang

digunakan dalam kedua pengujian ini sama dan sudah diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Dalam uji tersebut menyatakan instrumen yang digunakan sah (valid) dan andal (reliabel).

3. Tujuan utama penelitian untuk meningkatkan pengunjung Instagram dan peningkatan penjualan produk. Dalam waktu sebulan telah terjadi peningkatan yang sangat baik dapat dilihat pada tahap testing peneliti menampilkan kondisi Instagram dan laporan penjualan. Jangkauan akun hanya pada **20 akun** dan penjualan sekitar **3 - 4 jutaan**. Setelah dilakukannya penelitian dalam kurun waktu sebulan terjadi peningkatan signifikan menjadi **9.764 akun** yang sudah lolos tahap *awareness* yaitu melihat postingan dari rekomendasi konten, **422 akun** telah lolos tahap *interest* dan *desire* yaitu telah melihat profil dan klik tautan, dan pada tahap *action* yaitu sudah ada **164 transaksi** pada aplikasi gojek. *Amor Coffee* juga mengalami peningkatan penjualan sebesar **37%** menjadi **5 – 6 jutaan**.
4. Testimoni dari pemilik *Amor Coffee* sangat positif dengan penelitian yang dilakukan peneliti karena dengan adanya pendampingan ini UMKM mengalami peningkatan yang cukup baik dari segi pemasaran mulai dari pengunjung Instagram dan juga mempengaruhi peningkatan penjualan produk. Untuk link video bukti testimoni penelitian dari pemilik *Amor Coffee* dapat dilihat pada lampiran 9.

B. Saran

Saran ada karena pada penelitian ini pasti memiliki keterbatasan, oleh karena itu peneliti memberikan saran untuk keberlanjutan dan pengembangan penelitian selanjutnya :

1. Konten itu pasti selalu update mengikuti perkembangan tren terkini. peneliti selanjutnya diharapkan selalu memantau perkembangan dan juga menjadikan konten tren tersebut referensi. Terapkan dengan metode Amati Tiru Modifikasi (ATM) agar konten sesuai dengan keinginan mitra tetapi tetap mengikuti perkembangan tren.
2. karena keterbatasan peneliti dalam merancang konten berbasis video yang menarik dan interaktif, mungkin pembuatan konten video lebih baik karena tren *scroll* media sosial pada video *reels* Instagram ataupun video Tiktok bisa menjadi rekomendasi untuk peneliti selanjutnya karena visual pada konten video lebih menarik dan juga mengikuti perkembangan tren.