

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Pempek Dos 22, serta pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan terkait dengan permasalahan yang dihadapi oleh bisnis kuliner Pempek Dos 22 menunjukkan bahwa pendapatan mereka mengalami penurunan pada tahun 2020 akibat pandemi Covid-19 yang mengubah perilaku konsumen dan menurunkan daya beli. Kenaikan harga bahan baku juga berdampak pada keputusan untuk menaikkan harga jual dari Rp 1.000 menjadi Rp 1.250, yang kemudian mempengaruhi minat pembeli. Untuk mengatasi tantangan ini, Pempek Dos 22 memilih untuk mengadopsi strategi promosi melalui media sosial, terutama Instagram, dengan memanfaatkan iklan serta posting foto dan video produk untuk memperkuat kembali minat konsumen dan meningkatkan penjualan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran yang dapat diberikan adalah Pempek Dos 22 harus meningkatkan kualitas pengembangan promosi di Instagram dengan menonjolkan keunggulan rasa melalui foto dan video berkualitas tinggi. Tingkatkan interaksi dengan pengikut melalui stories, live sessions, dan Q&A untuk meningkatkan engagement. Latih admin media sosial untuk merespons lebih cepat dan tingkatkan frekuensi serta kualitas postingan. Selain itu, gunakan metode promosi dari mulut ke mulut dengan mendorong pelanggan yang puas untuk berbagi pengalaman mereka dengan teman dan keluarga. Berikan insentif, seperti diskon atau hadiah kecil, bagi pelanggan yang berhasil merekomendasikan Pempek Dos 22 kepada orang lain, sehingga dapat memperluas basis pelanggan melalui jaringan pribadi yang terpercaya.