

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengembangan promosi melalui media sosial untuk meningkatkan omzet penjualan maka dapat ditarik kesimpulan antara lain :

1. CIKI Bakery telah berupaya mengadopsi media sosial sebagai saluran promosi digital, menggunakan platform seperti Instagram dan WhatsApp. Namun, praktik yang berlangsung masih bersifat konvensional dan tidak terstruktur secara strategis. Ketidadaan admin khusus, pencampuran konten pribadi dan bisnis, serta ketidakkonsistenan dalam frekuensi dan kualitas konten, menyebabkan efektivitas media sosial sebagai alat promosi belum optimal tercapai.
2. Model SOSTAC telah digunakan sebagai kerangka evaluatif dan perencanaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada aspek *Situation Analysis*, CIKI Bakery menghadapi tantangan internal berupa manajemen keuangan sederhana dan pemasaran yang belum maksimal. Pada *Objective*, belum terdapat indikator performa (KPI) yang jelas untuk mengukur keberhasilan promosi digital. Strategi STP (Segmentation, Targeting, Positioning) belum dijalankan secara eksplisit. Komponen *Tactics* masih cenderung reaktif dan tidak terdokumentasi. Sementara itu, fase *Action* dan *Control* menunjukkan minimnya implementasi sistematis dan evaluasi berkala.

3. Berbagai upaya telah dicoba untuk meningkatkan omzet melalui promosi digital, antara lain dengan meningkatkan frekuensi unggahan konten dan menjalin kerja sama dengan reseller. Meskipun demikian, data menunjukkan bahwa realisasi omzet CIKI Bakery dalam lima tahun terakhir tidak pernah menyamai target penjualan. Ini menandakan bahwa intervensi promosi belum mampu memberikan dampak signifikan terhadap akumulasi pendapatan usaha.

5.2. Saran – Saran

Berikut adalah saran – saran yang dapat dipertimbangkan berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

1. Saran Teoritis

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mendalami metode SOSTAC dalam konteks usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sehingga setiap elemen SOSTAC (*Situation Analys, Objectives, Strategu, Tactics, Action, Control*) dapat dikaji secara lebih terukur dan aplikatif pada skala usaha dengan keterbatasan SDM dan Teknologi

2. Saran Praktis

- a. CIKI Bakery disarankan segera melakukan pemisahan akun media sosial bisnis dan pribadi, serta menunjuk admin khusus untuk pengelolaan konten yang lebih profesional. Selain itu, sebaiknya menunjuk admin khusus yang bertanggung jawab dalam pengelolaan konten promosi digital.
- b. CIKI Bakery diharapkan mampu menerapkan metode SOSTAC secara sistematis dan konsisten dalam menyusun strategi promosi digital. Setiap

tahapan—mulai dari analisis situasi hingga evaluasi promosi—perlu dijalankan dengan indikator keberhasilan yang jelas, seperti jumlah interaksi, pertumbuhan pengikut, dan konversi penjualan. Monitoring dan evaluasi harus dilakukan secara berkala untuk mengetahui efektivitas dan melakukan perbaikan terhadap penerapan promosi melalui media sosial yang dilakukan CIKI Bakery.

- c. CIKI Bakery disarankan untuk mengadakan program promosi berbasis momentum, seperti diskon saat hari raya, ulang tahun usaha, atau event tertentu. Selain itu meningkatkan testimonial pelanggan melalui konten visual (foto atau video ulasan pelanggan) dapat menjadi strategi promosi yang efektif. Memanfaatkan fitur whatsapp bisnis dan katalog online juga perlu dioptimalkan agar proses pemesanan menjadi lebih praktis dan menarik bagi pelanggan.