

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan mengenai Strategi *Digital Marketing* Bagi Pengembangan Bisnis Pada Camira Kitchen Pasca Pandemi Covid-19 dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa keadaan *digital marketing* Camira Kitchen sudah cukup baik. Perusahaan telah dapat membagi pasar kedalam beberapa segmen dan telah menentukan target pasar sesuai kriteria perusahaan. Perusahaan memanfaatkan media Instagram dan Whatsapp sebagai media pemasaran digital. Pada pengoperasian media sosial Instagram, perusahaan telah memperhatikan aspek 4C, namun dapat dimaksimalkan dengan menggandeng komunitas di Purwakarta ataupun *influencer* dan dapat mencoba *Instagram ads*. Perusahaan belum konsisten mengunggah konten dan belum memiliki perencanaan strategi *digital marketing*.
2. Berdasarkan hasil analisis matriks IFE, Camira Kitchen berada di posisi internal yang kuat, sedangkan untuk hasil analisis matriks EFE berada pada posisi eksternal yang tinggi. Hasil analisis matriks IE menunjukkan posisi Camira Kitchen berada di sel II sebagai sel tumbuh dan berkembang. Pada hasil analisis matriks QSPM, strategi alternatif yang dapat diterapkan yaitu strategi nomor 3 yaitu meningkatkan cita rasa produk, pelayanan perusahaan, serta kualitas konten agar dapat mengatasi persaingan pasar. Strategi tersebut berfokus untuk meningkatkan kualitas konten Instagram agar lebih bervariasi dengan membuat konten mendidik yang memberikan edukasi berkaitan dengan pembuatan dan bahan baku produk, konten mengenai SOP pelayanan perusahaan, bagaimana cara mengemas produk yang bersih maupun higienis, dan untuk meningkatkan kualitas konten

mempusatkan pada tingginya kualitas visual pengambilan foto maupun video dengan memperhatikan tata letak maupun latar agar dapat seragam.

## 5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, hasil temuan yang diperoleh penulis terhadap temuan ini dapat memberikan implikasi dan rekomendasi, sebagai berikut:

1. Bagi para pembuat kebijakan, baik itu dari segi pemerintahan, perusahaan, maupun akademisi agar dapat mengadakan pelatihan, *workshop* ataupun seminar untuk meningkatkan kualitas perusahaan khususnya sumber daya manusia sehingga lebih memahami mengenai *digital marketing*.
2. Bagi pengguna hasil penelitian ini yaitu Camira Kitchen, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan strategi untuk peningkatan penggunaan *digital marketing*. Strategi *digital marketing* yang telah dirumuskan oleh penulis lebih baik di implementasikan dalam jangka waktu 1 tahun selambat-lambatnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, untuk menggunakan strategi pengembangan lainnya yang lebih terbaru seperti *zero moment of truth*. Kemudian, dapat menambahkan informan dari konsumen atau para ahli untuk dijadikan sumber data penelitian. Oleh karena itu, akan menghasilkan dimensi penelitian yang berbeda dan menambah penemuan baru khususnya di bidang pariwisata.