

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Mothercare merupakan sebuah perusahaan retailer global nomor 1 dipasar ibu, anak, dan bayi yang berdiri sejak tahun 2005. Mothercare sangat berusaha untuk menjadi *one stop solution* untuk para calon orang tua dan orang tua karena Mothercare menyediakan berbagai perlengkapan untuk bayi dan anak. Sejak adanya Covid-19, membuat Mothercare semakin gencar dalam menggunakan sosial media marketing melalui Instagram karena Instagram merupakan sosial media yang paling sering diakses oleh target market Mothercare yaitu para orangtua yang sedang mencari produk untuk anaknya. Berdasarkan hasil penelitian, Mothercare menjalankan strategi sosial media marketing melalui Instagram dengan baik dengan menjalankan 7 tahapan strategi sosial media yaitu *situation analysis, objective and budgeting, target audience, select social media zones and vehicles, create an experience strategy, establish an activation plan, dan manage and measure* secara maksimal untuk membangun minat beli konsumennya.

Pada 7 tahapan yang dilakukan tersebut dapat dikatakan maksimal karena dapat dilihat pada tahapan awal *situation analysis*, Mothercare sangat berusaha untuk mencari tahu mengenai target audiensnya dengan melakukan *brainstorm* terlebih dahulu, melakukan riset mengenai hal yang mungkin sedang dibutuhkan oleh calon ibu, lalu menyesuaikan konten yang dibuat sesuai dengan minat para ibu, setelah

mengetahui ide konten selanjutnya akan dikemas semenarik mungkin melalui *design* agar pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada target audiens. Mothercare juga memilih Instagram sebagai platform untuk memasarkan produk karena terbukti dapat menjangkau target secara efisien. Melalui hal-hal tersebut, dapat dikatakan bahwa Mothercare memperhatikan *detail* disetiap konten yang dibuat agar dapat membangun minat beli konsumen.

Strategi sosial media marketing melalui Instagram dapat dilakukan secara maksimal melalui pemanfaatan fitur yang ada di Instagram. Fitur yang dimiliki oleh Instagram sangat banyak dan tentunya memiliki dampak disetiap fitur tersebut, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Walaupun sudah menggunakan fitur Instagram, tentu saja harus memperhatikan kualitas konten yang ada, sehingga jika konten sudah dibuat dengan maksimal lalu memanfaatkan fitur Instagram dengan baik maka strategi sosial media marketing akan berjalan sesuai rencana.

Peningkatan minat beli konsumen diukur oleh Mothercare melalui *sales like for like comparison, number of customers asquried*, dan melalui tim operasional. Terbukti bahwa semasa Covid-19 sempat mengalami penurunan penjualan tetapi mengalami peningkatan hingga 120% setelah dialihkan secara *online* dengan menggunakan strategi sosial media marketing pada Instagram. Melalui hal tersebut, strategi sosial media marketing yang dilakukan oleh Mothercare dapat dikatakan mampu membangun minat beli konsumen. Terlihat dari konsumen yang menyatakan bahwa melalui Instagram tersedia informasi yang lengkap mengenai produk dan dapat langsung membelinya dengan mudah.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Untuk penelitian ini, penulis berharap agar penelitian ini menjadi sebuah referensi bagi peneliti selanjutnya terutama pada mahasiswa yang

memiliki ketertarikan dengan topik yang sama yaitu strategi sosial media marketing. Namun diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan pendekatan kuantitatif agar dapat terlihat secara angka keberhasilan dalam sosial media marketing yang dilakukan oleh Mothercare.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, penulis menyarankan agar Mothercare dapat mengaktifkan platform lainnya dalam melakukan strategi sosial media marketing, seperti Tiktok yang saat ini sedang banyak digunakan untuk mempromosikan sebuah produk sehingga dengan memanfaatkan platform lain, lebih banyak audiens yang *aware* terhadap produk, lalu konten yang dikeluarkan lebih memiliki banyak variasi, dan Mothercare juga dapat menggunakan sosial media Tiktok supaya dapat terus mengikuti tren yang ada.

