

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan disimpulkan bahwa media publikasi yang digunakan sebagai salah satu metode penjualan Cif Chicken hanya berfokus pada pembangunan citra merek melalui kegiatan *influencer endorsement* Instagram yang menurut peneliti belum cukup optimal karena hanya menjangkau konsumen yang menjadi pengikut *influencer*. Maka dari itu untuk memaksimalkan, meningkatkan, dan mengoptimalkan operasional penjangkauan pasar dan konsumen, peneliti memberikan sebuah solusi dengan menciptakan media publikasi informasi sebagai metode penjualan baru yang belum pernah dilakukan Cif Chicken berupa *e-booklet* yang merupakan suatu media cetak dengan cakupan berbagai informasi rinci seperti nama, harga, jenis, dan spesifikasi produk yang dikemas secara menarik dengan penyisipan media visual berupa gambar dan dipublikasikan secara online pada media sosial Cif Chicken sebagai kemudahan akses atau jangkauan bagi pelanggan ataupun calon pelanggan. Disimpulkan bahwa *e-booklet* dianggap mampu menciptakan sebuah *competitive advantage* karena telah mampu melakukan rotasi atau perubahan bisnis berdasarkan peluang yang ada dengan tiga indikator berupa *sensing*, *seizing*, dan *reconfiguring capability*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran kepada Cif Chicken untuk terus meningkatkan proses penyebarluasan produknya melalui pemanfaatan metode penjualan yang saat ini dan kedepannya akan semakin banyak dengan tujuan agar Cif Chicken dapat lebih mudah

beradaptasi dengan perubahan zaman, pasar, dan mampu memenuhi keinginan konsumen yang saat ini memiliki perilaku yang kerap berubah-ubah sehingga dapat jauh lebih unggul diantara berbagai kompetitor serupa. Salah satu contoh bentuk dari metode penjualan yang saat ini kerap dijumpai dan dapat menjadi contoh adalah *self-order system* yang merupakan suatu metode transaksi terbaharukan dengan pemanfaatan sistem teknologi yang canggih dengan cara pemesanan secara *online* melalui Qris atau kode QR yang menghubungkan pelanggan dengan pemilik bisnis. Walaupun *system* tersebut terkategori sebagai metode yang membutuhkan sumber daya material yang besar, hal tersebut kurang lebih bisa direalisasikan melalui pemanfaatan WhatsApp bisnis melalui penggunaan fitur *catalog product* yang dapat mencakup informasi terkait deskripsi produk, harga produk, serta fitur keranjang pembelian.