

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai strategi *digital marketing* pada bisnis kuliner di Ayam Betutu Resto Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran *digital* pada Ayam Betutu Resto dalam memasarkan produk bisnisnya saat ini sudah optimal dijalankan untuk promosi terutama pada akun media sosial TikTok karena sudah menerapkan membuat trend dan membuat video yang menarik yang digunakan oleh Nufus dan Handayani tahun 2022. Selain itu, media sosial instagram Ayam Betutu Resto juga sudah optimal karena sudah sesuai dengan tips pemasaran yang digunakan oleh Aldira tahun 2020 yaitu sudah memiliki nama akun sesuai dengan bisnisnya, foto profil bisnis, dan profil bio bisnis yang jelas serta postingan *feed* instagram dan *highlight stories* yang sudah berjalan dan *terupdate*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas tentang pengelolaan media pemasaran yang dilakukan oleh Ayam Betutu Resto Yogyakarta dalam penggunaan media sosial Instagram dan TikTok lebih dimaksimalkan dalam melakukan promosi terlebih pada akun TikTok dengan mengikuti tren dan membuat konten yang menarik sehingga *followers* lebih meningkat. Akun media sosial instagram lebih diperhatikan lagi sehingga postingan yang dibuat bisa sesuai dengan tips

yang sudah di gunakan Aldira tahun 2020 dan perhatikan jumlah akun yang diikuti, misalnya hanya mengikuti akun sesama bisnis bukan akun personal agar jumlah *followers* lebih tinggi dari pada jumlah yang diikuti sehingga asumsi calon konsumen usaha Ayam Betutu Resto ini terpercaya dan menarik perhatian konsumen. Pelaku binis juga bisa menambahkan perangkat alat *handphone* sehingga khusus untuk bisnis agar tidak menjadi satu dengan *hanphone* pribadi.

