

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan pemasaran 3P (*Push, Pull, Pass*) PT Busanaremajaya Agracipta untuk meningkatkan penjualan. Data diperoleh dengan melakukan wawancara dan observasi secara langsung pada tim pemasaran PT Busanaremajaya Agracipta untuk *buyer & Other Stories*.

Bersadarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa ketiga strategi pemasaran 3P (*push, pull, pass*) ada yang berpengaruh dalam meningkatkan penjualan dan ada juga yang tidak berpengaruh. Namun, dapat disimpulkan bahwa strategi *Push* yang dilakukan tim pemasaran dengan mengajukan teknologi - teknologi baru sangat membantu dalam meningkatkan penjualan karena hal ini membuat PT Busanaremajaya Agracipta lebih agresif dan aktif dalam menjalin bisnis dengan *buyer & Other Stories*.

Dengan adanya dukungan dari strategi *pass* yang membantu PT. Busanaremajaya Agracipta dengan melakukan *Campaign* peduli lingkungan dan membantu untuk memberikan kesan positif bagi *buyer* kemudian diterapkannya strategi *pull* yang dilakukan tim pemasaran yaitu dengan melakukan kunjungan *buyer* untuk menjaga kerjasama *buyer* dan

menentukan kapasitas produksi. Ketiga strategi tersebut sangat berkaitan sebagai upaya meraih hati *buyer* yang bermanfaat untuk meningkatkan penjualan PT Busanaremaja Agracipta.

5.2 Saran

Dalam uraian kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran-saran yang diberikan untuk membantu tim pemasaran PT Busanaremaja Agracipta dalam meningkatkan penjualan untuk *buyer &Other Stories*. Berikut saran-saran yang dapat diberikan:

1. Disarankan kepada tim pemasaran yang lebih mengetahui karakteristik *buyer* untuk lebih berkoordinasi kepada tim desain sebelum mengajukan proposal desain. Mencari informasi dari sumber-sumber internet dan melihat dari website *buyer &Other Stories* untuk mengetahui produk-produk seperti apa yang telah dihasilkan oleh *buyer* agar nantinya desain yang telah diajukan dapat diterima oleh *buyer*. Namun, jika hal ini gagal dilakukan, diperlukan strategi lain yang lebih efektif dan efisien.
2. Menjadikan evaluasi dan saran bagi PT Busanaremaja Agracipta untuk tetap konsisten dan meningkatkan kuantitas konten video yang berkualitas sehingga tidak hanya membangun citra namun juga dengan membagikan informasi - informasi inspiratif mengenai dunia garment agar lebih dikenal secara luas tidak hanya di youtube saja tetapi di media flatform lain seperti Instagram.