

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Data hasil penelitian menerapkan strategi Komunikasi Pemasaran itu yang berhubungan dengan cara penerapannya dan juga mengenai bauran pemasaran (strategi pemasaran). Dan ini juga berkaitan dengan kondisi pasar dan keadaan lingkungan yang di harapkan dan juga adanya persaingan yang saat ini sedang maraknya perkembangan pemasaran di media online, yang nantinya akan menghasilkan suatu penghasilan yang menguntungkan tentunya.

Dari setiap strategi Komunikasi pemasaran yang di gunakan itu bisa di kembangkan dan di tingkatkan lagi guna untuk membangunkan setiap kemajuan perusahaan serta cara untuk bisa memanfaatkan peluang untuk mencari dan mengembangkan setiap produk yang akan dipasarkan di media online mana pun.

Selain mengetahui proses komunikasi dan pembelajaran kehadiran media online ini bisa memperluas informasi mengenai kegiatan komunikasi pemasaran lainnya yang dapat dijalankan dengan baik, dimana saja dan kapan saja oleh semua orang. Hal ini kemudian menuntut setiap orang untuk lebih memperhatikan perkembangan komunikasi pemasaran, yang mau tidak mau setiap orang untuk belajar untuk mengembangkan strategi pemasaran tersebut.

Dan sebagai orang yang bisa menggunakan dan memanfaatkan media dengan sebaik-baiknya serta memanfaatkan website di media online supaya orang lain bisa mengenali serta mendapat setiap apa yang akan di pasarkan di media tersebut.

Adapun dari para ahli sendiri ada beberapa macam Strategi yang sering dijadikan dalam strategi komunikasi pemasaran yaitu Iklan, Sales Promotion, Public Relation, Personal Selling dan Direct Marketing .Jika suatu perusahaan ingin berkembang ada hal yang harus diperhatikan

dalam meningkatkan system pembelian pada konsumen melalui media sosial yaitu menggunakan konsep pemasaran yang terdiri dari (Product, Price, Place, Promotion) dan faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen yang terdiri dari Tingkat kepercayaan Konsumen dan layanan maka perusahaan akan dapat dengan semestinya dan kemudia akan memperbanyak pendapatan dalam perusahaan dan akan terus berkembang semakin banyak.

5.2 SARAN

Penulis memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan demi perbaikan pelaksanaan penelitian ini di masa mendatang, diantaranya:

1. Penulis berharap pada setiap kajian dalam memperdalam hal berkaitan dengan Proses strategi komunikasi pemasaran secara mendalam dalam kajian ekonomi dan materi yang serupa ataupun materi-materi yang berbeda juga. Hal ini dapat memberikan pengetahuan dalam pembelajaran selanjutnya dan akan semakin maju untuk kedepanya.
2. Penelitian ini akan menuntun dengan wawasan dan pengertian mengenai startegi komunikasi pemasaran.
3. Peneliti sendiri akan mencari bahan alternatif untuk mempermudah dalam pengambilan data dan sebagainya.

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam melaksanakan kegiatan penelitian ini,peneliti mendapatkan manfaat dalam mendalami berbagai hal adapun juga keterbatasan dan beberapa kesulitan, diantaranya terkait dengan pengetahuan kami di bidang administrasi dsb,sehingga untuk menemukan data peneliti melakukan wawancara dengan pihak narasumber melalui WhatsApp Chatting.Selain itu keterbatasan dalam mengatur jadwal yang tepat untuk melakukan wawancara dengan narasumber dikarenakan bertabrakan dengan aktivitas kerja yang dihadapi oleh penulis dan narasumber berhubung penulis dan beberapa informan merupakan pekerja di perusahaan tersebut. Kendala lain yang dihadapi peneliti yakni gangguan sinyal ataupun jarak dalam kami bertemu ketika hendak melakukan wawancara lebih mendalam. Sehingga proses wawancara, pengamatan dan observasi membutuhkan waktu yang cukup lama.

Penulis berharap semoga dengan berakhirnya tahun 2022 ini dapat memberikan sedikit kelegaan,menghilangkan rasa takut serta keadaan kembali menjadi normal.Memunculkan sebuah sistem pembelajaran yang lebih efektif, cermat dan inovatif serta berkembang dalam membangun solidaritas antar pekerja yang lebih mengedepankan sikap dalam merumuskan suatu masalah di tempat pekerjaan sesuai dengan harapan dan cita-cita perusahaan.

