

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik untuk menjawab rumusan masalah yang diambil melalui observasi dan wawancara adalah, bahwa Usrock Akuwatik sudah menggunakan strategi komunikasi pemasaran dalam membangun dan meningkatkan penjualan bisnis ikan predatornya. Terkait dengan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Usrock Akuwatik dengan menggunakan Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communications*) dengan adanya strategi periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan pemasaran langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Usrock Akuwatik menggunakan pertimbangan dari teori IMC dengan menerapkan pola periklanan, hubungan pemasaran, pemasaran langsung, serta mempertimbangkan bauran pemasaran (4P) yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi) dengan mengaplikasikan menggunakan sosial media, pemasaran langsung dan media cetak. Ada Pula yang menjadi faktor pendukung lainnya dalam strategi komunikasi pemasaran adalah dengan menerapkan elemen-elemen komunikasi dengan semaksimal mungkin.

Hingga saat ini Usrock Akuwatik juga masih menjalin hubungan baik dengan para pelanggannya sampai menjalin kerjasama, hubungan baik yang didapatkan membuat Usrock Akuwatik mendapatkan pasar tersendiri sehingga banyak konsumen tetapnya akan mencari sendiri. Usrock Akuwatik juga melakukan kerjasama dengan pihak lain seperti toko2 ikan kompetitor dijadikan rekan bisnis, dengan tujuan dapat meningkatkan penjualan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis memberikan saran- saran yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Pemasaran yang berkaitan upaya meningkatkan penjualan yaitu :

1. Saran Bagi Mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta

Bagi Mahasiswa Amikom Yogyakarta, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan kepada mahasiswa yang sedang membangun usaha karena meneliti bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan suatu bisnis. Pentingnya penerapan strategi komunikasi pemasaran yang baik dan terstruktur dalam membangun usaha agar dapat bersaing dengan kompetitor. Mahasiswa amikom yang memulai bisnisnya harus berpikir lebih kreatif karena banyak sekali kompetitor yang akan bersaing dengan

bisnisnya. Menentukan strategi apa yang harus dilakukan sebelum memulai usahanya merupakan hal yang penting.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan acuan penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode komunikasi pemasaran lainnya dalam melakukan penelitian. Disarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan objek penelitian dengan bidang usaha yang lainnya.

3. Kepada Bisnis Usrock Akuwatik

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk melengkapi kekurangan yang ada dalam perusahaan terutama perbaikan di bidang periklanan. Melalui sosial media yang semakin banyak beragam, disarankan kepada Usrock Akuwatik untuk menggunakan *Instagram* dan *TikTok*, karena dengan menggunakan dua sosial media tersebut dapat lebih luas menjangkau konsumen.