

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah di uraikan oleh peneliti berkaitan dengan Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran UPR Budi Fish Farm Di Masa Pandemi, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini adalah UPR Budi Fish Farm menggunakan strategi bauran komunikasi pemasaran untuk meningkatkan penjualan UPR Budi Fish Farm, dengan strategi itu juga UPR Budi Fish Farm mampu bertahan dan *survive* di saat masa pandemi. Dari berbagai macam strategi pemasaran yang dilakukan oleh UPR Budi Fish Farm saat pandemi terdapat 3 strategi yang paling sering digunakan adalah strategi *product*, UPR Budi Fish Farm memiliki produk ikan ikan yang bagus dan berkualitas serta adanya jaminan produk berkualitas yang membuat para pelanggan tertarik dan percaya dengan UPR Budi Fish Farm, *promotion* yang dilakukan UPR Budi Fish Farm yaitu berupa pemotongan harga sesuai dengan jumlah yang dibeli, semakin banyak ikan yang dibeli semakin banyak juga potongan harga yang didapat. Kemudian UPR Budi Fish Farm juga menggunakan strategi *advertising online*, dengan *advertising online* tersebut mampu meningkatkan penjualan tanpa harus bertatap muka langsung dengan pelanggan hal itu sangat cocok digunakan saat pandemi karena saat pandemi pemerintah melakukan pembatasan sosial yang membatasi kegiatan tatap muka masyarakat, UPR Budi Fish Farm menggunakan media sosial berupa Instagram, Facebook, Website dan Youtube.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, peneliti memberikan saran-saran terkait dengan Strategi Komunikasi Pemasaran untuk yaitu :

5.2.1 Bagi Pihak UPR Budi Fish Farm

a. Strategi bauran komunikasi pemasaran yang dijalankan UPR Budi Fish Farm sudah berjalan dengan baik dan dapat mendatangkan banyak pelanggan, menurut peneliti masih ada hal yang harus ditingkatkan pada bagian *promotion* karena dengan *promotion* yang lebih variatif dapat menarik lebih banyak lagi pelanggan, selain itu akan lebih baik lagi juga menggunakan sosial media yang sedang digemari masyarakat seperti TikTok karena saat ini pengguna TikTok tidak hanya remaja melainkan orang tua sehingga UPR Budi Fish Farm akan lebih mudah dikenal dan penyebarannya juga cepat.

b. Disarankan UPR Budi Fish Farm untuk terus mempertahankan dan mengembangkan strategi bauran pemasaran dan strategi bauran komunikasi pemasaran dengan mengutamakan kepentingan dan kepercayaan pelanggan agar pelanggan merasa senang dan nyaman berbelanja di UPR Budi Fish Farm.

5.2.2 Bagi Pihak Masyarakat

Bagi masyarakat khususnya yang ingin menjalankan usaha sebaiknya selalu memperhatikan dan mempertimbangkan hal-hal kecil maupun besar agar dapat membuat usaha yang didirikan dapat berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

5.2.3 Bagi Pihak Peneliti Selanjutnya

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian Analisis Strategi Pemasaran UPR Budi Fish Farm di Masa Pandemi ini. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih secara mendalam dan memberikan solusi sesuai perkembangan jaman.