

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti paparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran Bika Ambon Larizo dalam menarik minat beli yaitu dengan menggabungkan ketiga cara yakni melalui cara konvensional dengan turun langsung ke lapangan, melalui pemasaran digital dengan melakukan siaran langsung (live) pada media sosial, dan melalui bauran promosi yang meliputi Strategi Periklanan yang melakukan kerja sama dengan Grabfood, Gofood dan Shopee, serta Instagram Ads. Penjualan Personal dengan memberikan penawaran langsung kepada beberapa instansi untuk mengajak kerja sama sehingga harapannya dari kerja sama tersebut tentunya dapat lebih menarik minat beli dan juga sekaligus mampu menaikkan volume penjualan yang berdampak pada kenaikan omzet tahunan perusahaan, Promosi Penjualan dengan memberikan potongan harga, voucher, serta potongan harga pada pembelian dalam jumlah banyak, Pemasaran Langsung dengan memberikan sarana lain untuk dapat berkomunikasi dengan calon konsumen seperti melalui media sosial WhatsApp, Instagram dan Tiktok, dan pada Hubungan Masyarakat yang masih belum difokuskan.

Setelah peneliti melakukan penelitian, peneliti mendapatkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bika Ambon Larizo dalam menarik minat beli termasuk ke dalam kategori yang berhasil dalam menarik minat beli, dengan didukung adanya bukti berupa kenaikan omzet tahunan perusahaan. Melalui kombinasi strategi yang digunakan antara kegiatan pemasaran secara digital dan dengan cara konvensional, keduanya sangat berpengaruh dalam menarik minat beli, dan menaikkan omzet tahunan. Strategi komunikasi pemasaran yang

dilakukan oleh Bika Ambon Larizo dalam menarik minat beli untuk datang ke *outlet* dapat menginspirasi para pengusaha lain untuk menerapkan strategi yang serupa.

5.2 Saran

Pihak Bika Ambon Larizo mungkin dapat mencoba merambah pada kegiatan publisitas ke luar dengan bantuan media massa seperti liputan dari stasiun televisi atau radio, bekerjasama dengan akun *foodblogger* atau melakukan *endorment* dengan *influencer*. Kemudian pada ekspedisi pengiriman ke luar kota, mungkin perlu ditingkatkan mengenai kerja sama dengan pihak ekspedisi, karena penjualan sampai ke luar kota merupakan hal yang menjanjikan sekaligus sebagai sarana promosi dalam memperkenalkan produk sampai ke luar kota.

Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, dengan meninjau akun Instagram atau Tiktok Bika Ambon Larizo.