

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Pawcha Gallery merupakan salah satu bisnis rental kostum *cosplay* yang ada di Yogyakarta yang didirikan oleh Khotimah pada tahun 2020. Pawcha Gallery juga menawarkan jasa lain seperti, styling wig, jasa makeup *cosplay*, jual beli kostum, serta jual beli perlengkapan *cosplay*.

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dipaparkan di atas didapati bahwa Pawcha Gallery menerapkan bauran komunikasi pemasaran untuk memperkenalkan dan mempromosikan bisnisnya. Strategi yang digunakan meliputi periklanan melalui sosial media Instagram, Facebook dan ecommerce Shopee serta melakukan kerjasama dengan event *cosplay* untuk meningkatkan visibilitas. Promosi penjualan dilakukan melalui berbagai diskon, voucher, dan paket bundling yang menarik. Selain itu, keterlibatan dalam event *cosplay* membantu Pawcha Gallery berinteraksi langsung dengan konsumen, memperkuat hubungan masyarakat melalui pelayanan berkualitas dan umpan balik yang diterima. Pemasaran langsung dijalankan melalui sosial media dan stand di event, sementara pemasaran interaktif dilakukan melalui sesi tanya jawab dan *polling* di Instagram untuk mengetahui keinginan konsumen. Pemasaran dari mulut ke mulut juga dimanfaatkan melalui relasi, *coscard*, dan testimoni konsumen. Penjualan personal dilakukan dengan memberikan konsultasi dan solusi secara personal kepada konsumen, baik melalui media sosial maupun tatap muka langsung. Strategi-strategi ini membantu Pawcha Gallery membangun hubungan yang baik dengan konsumen dan bersaing dengan kompetitor di industri rental kostum *cosplay*.

Secara keseluruhan, Pawcha Gallery telah menerapkan delapan elemen strategi bauran komunikasi pemasaran dalam memasarkan bisnisnya kepada konsumen maupun untuk bersaing dengan kompetitornya, terutama di wilayah Yogyakarta. Namun, tidak semua elemen bauran promosi dilakukan secara maksimal. Elemen bauran komunikasi pemasaran yang dominan dilakukan Pawcha Gallery terdapat

pada promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran dari mulut ke mulut, dan penjualan personal. Sedangkan elemen yang tidak maksimal terdapat pada periklanan dan pemasaran interaktif, karena kurangnya pemanfaatan fitur berbayar pada media sosial, serta pemanfaatan media Facebook dan juga Shopee.

## 5.2 Saran

Saran peneliti terhadap Pawcha Gallery adalah mengoptimalkan media sosial Facebook dan Shopee, penggunaan iklan berbayar pada media sosial, serta melakukan kerjasama dengan influencer atau *cosplayer* terkenal dalam kegiatan bauran komunikasi pemasaran agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Saran lain bagi para praktisi akademi adalah untuk dapat dengan meneliti lebih banyak mengenai bisnis *cosplay* yang ada di Indonesia, seperti rental kostum *cosplay*, costume maker, jasa pembuatan property *cosplay*, dan bisnis yang serupa.

