

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SEPATU KULIT MELALUI *FACEBOOK* PADA KOMUNITAS PAGUYUBAN GROSIR GARUT DI MASA PANDEMI *COVID-19* (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran *Facebook* Dalam Meningkatkan Penjualan *Online* Pada Komunitas Paguyuban Grosir Garut – PGG Dalam Masa Pandemi *Covid-19*) yang diteliti berdasarkan strategi pemasaran 4p (*product, price, place, promotion*), peran *facebook*, komponen STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*), dan proses strategi komunikasi pemasaran menggunakan media sosial *facebook* selama masa pandemi *covid-19* dengan sebelum pandemi adalah sebagai berikut.

1. Dalam menyusun Strategi 4P dalam komunikasi pemasarannya pada Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini.

- a. Produk (*product*), produk yang dijual oleh Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini yaitu Sepatu-sepatu yang berbahan dasar dari kulit sapi. Diantaranya, Sepatu Slip On, Sepatu *Sneakers*, Sepatu Pentofel dan Sepatu *Safety Boots*. Sepatu-sepatu tersebut mereka dapatkan dari Bapak Yudi Supriadi sebagai *supplier* dari komunitas ini. Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini menjual produk tersebut secara *online* di media sosial *facebook*.

- b. Harga (*price*), Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini memasang harga kisaran Rp.100.000 – Rp.300.000, harga tersebut menyesuaikan dengan target pasar yang mereka incar yaitu masyarakat kalangan ekonomi menengah kebawah.
- c. Lokasi (*place*), Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini menjual produk-produk nya di kota yang memiliki minat tinggi terhadap produk sepatu kulit ini, kota yang dimaksud secara garis besar yaitu kota yang berada di luar Pulau Jawa seperti, Kupang, Samarinda, Lampung dan lainnya. Kota-kota tersebut menjadi sasaran Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini bukan tanpa alasan, karena kota tersebut muncul sebagai kota yang memiliki minat tinggi.
- d. Promosi (*promotion*), promosi-promosi yang dilakukan oleh para anggota Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini yaitu, mereka biasanya melakukan promosi lewat media sosial *facebook* khususnya *fitur marketplace* yang terdapat di aplikasi tersebut. *Fitur marketplace* ini sangat membantu dalam menyampaikan informasi produk yang dijual kepada konsumen bahkan konsumen yang berada di luar daerah, dalam melakukan promosi dengan menuliskan kata-kata yang dikemas semenarik mungkin agar calon konsumen tertarik dengan produk tersebut seperti kata ‘Sepatu Kulit Murah’. ‘Sepatu Kulit Asli’, Sepatu Kulit Asli Bayar Ditempat’. Tidak hanya itu, promosi lainnya dengan menggunakan metode pengeditan gambar produk serta menambahkan kata ‘Potongan 20rb minimal belanja 200rb’, ‘Gratis Ongkir setiap

Pembelian 2 Pasang Produk' di dalam foto tersebut setelah itu gambar diposting dalam *fitur marketplace facebook*. Dan yang terakhir, metode promosi yang dilakukan yaitu, mengemas atau mengedit kata dalam keterangan harga produk yang diposting dengan memberikan keterangan harga '0'.

2. Peran *facebook* terhadap strategi komunikasi yang dilakukan Komunitas Paguyuban Grosir Garut yaitu, sebagai jembatan penghubung antara penjual dengan pembeli lewat *fitur marketplace*, lalu diarahkan ke *fitur messenger* untuk saling berkomunikasi sehingga terjadi interaksi antara penjual dan pembeli. *Facebook* juga berperan sebagai saluran informasi bagi calon pembeli yang ingin membeli produk yang telah ditawarkan oleh penjual. Selain itu *facebook* dapat bisa sebagai media promosi bagi anggota Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini untuk menciptakan, menawarkan, membujuk serta bebas untuk mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. *Facebook* sendiri berperan besar terhadap strategi komunikasi pemasaran nya yang dilakukan oleh komunitas PGG ini untuk menjangkau masyarakat-masyarakat diseluruh Indonesia dan berpengaruh besar terhadap suatu terjadinya peningkatan penjualan.

3. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* pasar yang ada pada Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini yang sudah ditentukan antara lain.

a. *segmentation*, dikelompokkan menjadi dua seperti segmentasi berdasarkan demografis dan segmentasi berdasarkan geografis. Di bagian segmentasi demografis Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini menentukan usia dari usia 17 tahun sampai usia 60 tahun, pada bagian gender mencakup

pria dan wanita, dan di bagian pekerjaan komunitas ini menentukan pekerja kantoran, pegawai negeri sipil, serta ibu rumah tangga. Sedangkan di bagian segmentasi geografis komunitas paguyuban grosir garut ini menentukan lokasi lokasi tersebut mencakup daerah-daerah yang berasal dari luar Pulau Jawa.

b. *Targeting* atau target pasar yang telah ditentukan oleh para anggota Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini yaitu mencakup masyarakat-masyarakat yang mempunyai nilai ekonomi kalangan menengah kebawah, hal ini dikarenakan menyesuaikan harga yang dipatok oleh anggota Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini.

c. *Positioning* atau citra produk Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini menentukan dengan memberikan pelayanan semaksimal mungkin serta menciptakan kesadaran bahan produk yang ditawarkan maksudnya yaitu menjelaskan lebih jelas kepada konsumen bahwa produk yang dijual adalah produk yang berkualitas yang terbuat dari bahan kulit sapi asli.

4. Strategi Komunikasi pemasaran yang dilakukan komunitas Paguyuban Grosir Garut ini di masa sebelum pandemi tidak menggunakan media sosial *facebook* masih secara konvensional, serta tidak mengambil peluang bisnis secara *online*. Sedangkan dimasa pandemi menggunakan media sosial *facebook* sebagai media iklan dan memanfaatkan peluang fitur-fitur *marketplace* sebagai media penjualan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan terkait Strategi Komunikasi Pemasaran *Facebook* Untuk Meningkatkan Penjualan Komunitas Paguyuban Garu Di Masa Pandemi

Covid-19 (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran *Facebook* Dalam Meningkatkan Penjualan *Online* Pada Komunitas Paguyuban Grosir Garut – PGG Dalam Masa Pandemi *Covid-19*) maka peneliti akan membuat saran

5.2.1 Saran Teoritis

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti ambil, maka peneliti akan menyarankan pembaca saran teoritis dan hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran *Facebook* Untuk Meningkatkan Penjualan Komunitas Paguyuban Garu Di Masa Pandemi *Covid-19*. Adapun saran teoritis dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Disarankan untuk menggunakan metode lain yaitu metode penelitian kuantitatif yang berbeda dengan peneliti ini dan lebih memperdalam lagi mengenai penelitian terkait objek serta subjeknya penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran *Facebook* Untuk Meningkatkan Penjualan Komunitas Paguyuban Garu Di Masa Pandemi *Covid-19*.
2. Bagi peneliti yang akan meneliti penelitian ini dengan metode kualitatif disarankan untuk menggunakan teori lain agar hasil diperoleh lebih lengkap serta mendalam. Seperti teori media baru (*new media*), teori Komunikasi Massa, dan teori IMC agar lebih mengkaji secara dalam mengenai budaya komunitas, pengenalan *facebook* sebagai media sosial yang lebih dalam yang terdapat pada Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini.

5.2.2 Saran Praktis

Selain dari saran teoritis, peneliti juga menyarankan bagi pembaca saran praktis hasil dari penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran *Facebook* Untuk Meningkatkan Penjualan Komunitas Paguyuban Garu Di Masa Pandemi *Covid-*

19. Saran praktis yang dimaksud dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Bagi para anggota komunitas paguyuban grosir garut dengan adanya penelitian yang dilakukan ini diharapkan lebih menambah pengetahuan mengenai strategi komunikasi pemasaran yang lebih dalam terlebih dari strategi pemasaran 4P (*product, proce, place, dan promotion*) Agar lebih tersusun lagi strateginya dalam melakukan penjualan produk.
2. Bagi komunitas-komunitas *reseller* lainnya yang sedang menjalankan strategi perancangan untuk menjual produk penelitian ini dapat menjadi gambaran dalam menjalankan kegiatan penjualannya.
3. Bagi Bapak Yudi sebagai pemilik usaha ini agar lebih mendalami lagi tentang ilmu komunikasi pemasaran/penjualan secara *online* supaya usaha yang telah dijalankannya dapat lebih maju dan mendapatkan hasil lebih banyak dari sebelumnya.