BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan dari penulisan, maka kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis adalah sebagai berikut.

1. Perencanaan strategi komunikasi Brendis dalam memasarkan produknya di Shopee dilakukan dengan (1) Situasi Brendis Official di Shopee adalah sebagai perwujudan toko *online* yang menjual produk yang diproduksi oleh Brendis selaku *home industry*, yaitu bantal dengan berbagai macam jenis, bentuk, dan fungsi. Interaksi yang terjadi antara Brendis Official dengan konsumen terjadi secara *online*; (2) Objektifitas pemasaran dilaksanakan sesuai tujuan Brendis Official, yaitu jangkauan pasar *online* secara luas dengan peningkatan penjualan yang pasti; (3) Strategi dilakukan dengan penentuan segmentasi dan target pasar. Segmentasi dilakukan berdasarkan riwayat pembelian tren pembelian yang dilakukan oleh konsumen dengan target pasar kaum ibu dan remaja; (4) Taktik yang dilakukan Brendis Official untuk melakukan kegiatan pemasaran adalah dengan pemilihan jenis iklan yang efektif dan melakukan promosi dengan pemberian discount yang menarik; (5) Aksi yang dilaksanakan oleh Brendis Official pada Shopee adalah penggunaan iklan premium, pelaksanaan program promosi, dan pelaksanaan pelayanan dalam pemasaran di Shopee; dan (6) Kontrol yang dilakukan Brendis Official dalam kegiatan pemasarannya dilakukan dengan evaluasi pada feedback yang diterima dari konsumen melalui fitur chat dan ulasan pembeli, melayani keluhan yang diutarakan konsumen, dan memantau perilaku pemilihan jasa ekspedisi yang dipilih oleh konsumen.
2. Pelaksanaan bauran promosi Brendis sebagai strategi komunikasi dalam memasarkan produknya di Shopee dengan mewujudkan rencana strategi

periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung. (1) Periklanan dibentuk sebagai iklan informatif & persuasif dengan fitur premium. Kontrol selalu dilakukan pada *feedback* yang terjadi dari periklanan, *chat* konsumen, dan penawaran harga kompetitor; (2) Promosi penjualan dilakukan dengan pemberian *voucher discount* saat mengikuti toko dan *discount* pada pembelian produk tertentu. Untuk menjaga stabilitas promosi, Brendis Official rutin melakukan evaluasi untuk meminimalisir terjadinya sistem *error*; (3) Hubungan masyarakat dilakukan sesuai dengan membangun hubungan sesuai norma sosial masyarakat, menjaga performa *chat*, menerima keluhan dari konsumen dengan prinsip sabar dan bertanggung jawab; (4) Penjualan personal dilakukan dengan mengaktifkan fitur ambil di tempat dan menganalisis pemilihan masyarakat dalam pemilihan jenis pengiriman; dan (5) Pemasaran langsung dilakukan dengan mengirimkan pesan pribadi melalui fitur *chat* pada *marketplace* Shopee.

5.2. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan penulisan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut.

1. Brendis Official agar lebih meningkatkan kuantitas periklanan berupa konten-konten menarik yang mendukung motivasi belanja konsumen berupa foto, video, maupun deskripsi berbentuk tulisan yang diiklankan pada Shopee dan Facebook.
2. Brendis Official agar tetap mempertahankan pencapaian kualitas dan pelayanan toko dalam segi promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung.