

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis uraikan diatas mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Work Coffee Indonesia di Bekasi maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran bauran komunikasi pemasaran (*Promotion Mix*) yang diterapkan *Coffee Shop Work Coffee Indonesia* di Bekasi untuk meningkatkan eksistensi dan menarik minat pelanggan dengan komunikasi pemasaran yang meliputi Periklanan, Promosi Penjualan, Pemasaran Langsung, Penjualan Personal, dan Hubungan Masyarakat. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran yang di lakukan *Coffee Shop Work Coffee Indonesia* di Bekasi diantaranya melalui:
 - a. Periklanan, pada Work Coffee Indonesia di Bekasi memilih menggunakan media online seperti instagram dan tiktok. Media tersebut digunakan untuk iklan supaya masyarakat dengan mudah mendapat dan mengetahui informasi serta dapat dijangkau oleh masyarakat luas di Indonesia
 - b. Promosi Penjualan, yang dilakukan oleh Work Coffee Indonesia di Bekasi dengan cara mengadakan potongan harga, paket harga dan promosi penjualan lain sebagainya.
 - c. Pemasaran Langsung, yang dilakukan Work Coffee Indonesia di Bekasi adalah dengan cara memasarkan produknya di sosial media, mengajak pelanggannya untuk datang ke Work Coffee Indonesia di Bekasi dan menerima kritik dan saran melalui *Direct Message* (DM) instagram
 - d. Penjualan Personal, yang dilakukan Work Coffee Indonesia di Bekasi dengan adanya interaksi langsung di kedai antara pegawai terutama kasir dan barista dengan pelanggan. Selain itu juga dengan adanya *word of mouth* yang dilakukan dengan menggunakan rekomendasi dari kerabat maupun orang terdekat pegawai ke calon pelanggan atau bahkan dari pelanggan itu sendiri yang menceritakan ke calon pelanggan tentang Work Coffee Indonesia di Bekasi, sehingga

meningkatkan kepercayaan pelanggan atau calon pelanggan pada Work Coffee Indonesia di Bekasi

- e. Hubungan Masyarakat yang dilakukan oleh Work Coffee Indonesia yaitu dengan menjaga konsistensi rasa kopi dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat internal dan eksternal seperti diadakannya kumpul bersama sesama pegawai.

5.2 SARAN

Selama melakukan penelitian di *Coffe Shop* Work Coffee Indonesia di Bekasi, penulis mencoba memberikan saran mengenai pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Work Coffee Indonesia di Bekasi dalam meningkatkan eksistensi untuk menarik minat pengunjung, diantaranya sebagai berikut:

- a. Adanya divisi Humas, dengan adanya bagian humas di Coffee Shop Work Coffee Indonesia di Bekasi maka akan menjadikan strategi pemasaran yang ada akan semakin sempurna, juga tidak membebani pegawai lain yang dengan tugasnya masing-masing.
- b. Lebih banyak mengadakan kegiatan di Work Coffee Indonesia terutama di Bekasi karena masih sedikit melaksanakan kegiatan acara yang lebih menarik dan ditambah lagi konten kreatif di kota Bekasi
- c. Memperbaiki sistem internet seperti *wifi* agar pelanggan bisa lebih nyaman

Terakhir penulis akan memberikan saran untuk peneliti selanjutnya yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Akademis: Diharapkan dengan adanya penelitian ini, mampu menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya dalam mengembangkan teori-teori lain tentang Strategi Komunikasi Pemasaran di suatu perusahaan atau organisasi lainnya
- b. Secara Praktis: diharapkan dengan adanya penelitian ini, mampu menjadi evaluasi bagi pihak Work Coffee Indonesia di Bekasi untuk menjadi lebih baik lagi dimasa yang akan datang