

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam pembahasan di bab sebelumnya mengenai strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perencanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PD MANDIRI dalam meningkatkan penjualan melalui beberapa tahap yaitu penentuan segmentasi pasar, target pasar dan melalui strategi *marketing mix 4p* yaitu *product, price, place, promotion*.
2. Dalam penerapan *marketing mix 4p*, PD MANDIRI mencakup seluruh poin 4p, yaitu dalam aspek *product* PD MANDIRI menjual produk ikan yang beragam serta berkualitas dan sesuai dengan target pasarnya, dalam aspek *price* PD MANDIRI memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas produk, dalam aspek *place* PD MANDIRI sudah dikatakan memiliki lokasi yang sesuai dengan segmentasi pasarnya. Dalam aspek *promotions* PD MANDIRI menggunakan *WhatsApp* sebagai media utama untuk pemasaran langsung dan menggunakan beberapa kegiatan yang terdapat dalam komponen bauran promosi.
3. Kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan PD MANDIRI juga sudah menerapkan beberapa komponen dari bauran promosi yaitu PD MANDIRI menggunakan *WhatsApp* sebagai media utamanya dalam mempromosikan produknya, *WhatsApp* sebagai media utama dalam pemasarannya, untuk kegiatan *sales promotions* PD MANDIRI memberikan potongan harga serta tambahan/bonus produk ikan nya sebagai alat promosinya dalam meningkatkan penjualannya, untuk kegiatan *personal selling* PD MANDIRI berinteraksi langsung dengan konsumen dalam merekomendasikan jenis ikan lainnya, dan terakhir PD MANDIRI menggunakan strategi *word of mouth* untuk membangun citra perusahaan nya sekaligus menjadi tolak ukur penentuan kepuasan para konsumennya.

4. *Word of Mouth* dan *Direct Marketing* merupakan komponen *promotion mix* yang paling banyak digunakan oleh PD MANDIRI dalam meningkatkan penjualannya.

5. Adapun peran marketing mix dalam meningkatkan penjualan dikatakan sangat efektif karena mampu membantu PD MANDIRI dalam mengidentifikasi para konsumennya. Penjualan PD MANDIRI didasari oleh beberapa indikator yakni penjualan *Trade Selling*, *Tehcnical Selling*, *Direct Seling*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan, maka penulis ingin memberikan saran yang mungkin bisa berguna dan juga bermanfaat serta dapat memberikan motivasi bagi para peneiti selanjutnya dan juga bagi perusahaan dagang mandiri. Adapun saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Di harapkan pihak PD MANDIRI tetap mempertahankan kualitas baik dari kenyamanan dan pelayannya.
2. Memperluas cakupan pemasaran melalui penggunaan media sosial lainnya, misalnya facebook, Instagram dan tiktok, jangan hanya terfokus satu media sosial saja.
3. Dalam aspek tempat, perlu adanya logo PD MANDIRI seperti standing banner ataupun penanda lainnya.