

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, penulis menarik kesimpulan bahwa implementasi komunikasi pemasaran pada perusahaan Marvelo Leather pasca pandemi covid-19 dapat dilihat dari 8 (delapan) bauran komunikasi pemasaran. Pasca pandemi covid-19 Marvelo Leather lebih mengandalkan komunikasi pemasarannya melalui media digital atau *online*, khususnya pada media sosial Instagram. Marvelo Leather menggunakan digital *flyer* yang mana memudahkan pemasaran ke wilayah yang lebih luas dan tanpa mengeluarkan biaya. Promosi penjualan yang diunggah melalui media sosial dengan memberikan diskon atau potongan harga, paket *bundling*, dan *free gift* aksesoris mobil. Pada acara dan pengalaman yang dilakukan Marvelo Leather setelah atau pasca pandemi sebenarnya tidak ada, karena Marvelo Leather sendiri melakan kegiatan ini hanya diacara besar seperti GIAS dan IIMS yang berlangsung di tahun 2018/2019. Implementasi pada humas dan publisitas, Marvelo Leather membentuk tim *customer service* dan *sales online* untuk kegiatan publisitas di media online. Dalam implementasi pemasaran langsung dan penjualan personal yaitu dengan menggunakan media digital seperti *broadcast* melalui WhatsApp Messenger. Lalu untuk pemasaran interaktif, Marvelo Leather menggunakan media sosial Instagram untuk melakukan jajak pendapat dan *polling*

dengan *followersnya*. Lalu pada implementasi atau penerapan pemasaran dari mulut ke mulut yaitu dengan menggunakan opini *customer*, testimonial yang diberikan *customer*, dan kegiatan ini lebih dilakukan atas rekomendasi yang dilakukan oleh *customer* kepada orang lain. Jadi, implementasi bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Marvelo Leather dapat dikatakan efektif diterapkan. Hal tersebut ditunjukkan dengan meningkatnya penjualan Marvelo Leather dari sebelum pandemi dan setelah pandemi covid-19. Adapun *survival innovation* yang dilakukan Marvelo Leather adalah melakukan transformasi bisnis digital.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah peneliti paparkan diatas, terdapat beberapa saran yang telah peneliti rangkum dengan harapan dapat menjadi masukan untuk objek penelitian maupun masyarakat yaitu sebagai berikut:

- a) Implementasi yang dilakukan oleh Marvelo Leather sudah baik, namun akan lebih baik lagi apabila dari segi *event and experience* juga dilakukan. Karena dengan melakukan kegiatan tersebut Marvelo Leather bisa lebih dikenal oleh masyarakat.
- b) Peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan bagi pembaca dalam menjalankan bisnis agar memahami konsep dan implementasi dari bauran komunikasi pemasaran.