BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan dan mengumpulkan data di lapangan, peneliti memaparkan rumusan masalah yang menjadi fokus yaitu bagaimana strategi komunikasi pemasaran bomboocha.id di media sosial Instagram. Adanya pandemi covid-19 membuat @bomboocha.id membuat produk yang bermanfaat dengan teh kesehatan atau yang disebut dengan teh kombucha. Dengan keunggulan produk yang berbeda dari produk teh kombucha lain seperti dapat mengobati jerawat dan sebagai penyeimbang pola hidup yang tidak sehat. Adanya manfaat tersebut tidak terlepas dari segmentasi kalangan anak muda.

Dalam suatu bisnis ada pasti ada suatu persaingan hal itu terjadi pada @bomboocha.id yang menjadi ancaman salah satunya pesaing yang makin kreatif pada dunia digital maka @bomboocha.id dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan berfokus pada Pull Strategy dengan pemanfaatan konten-konten media sosial Instagram untuk memasarkan produk. Pelaksanaan strategi pemasaran @bomboocha.id pada elemen-elemen Integrated Marketing Communication (IMC) yang dijalankan meliputi Sales Promotion, Advertising, Event and Experiences, Interactive Marketing.

Perencanaan dan pelaksanaan tersebut dievaluasi setiap 2-3 bulan sekali dengan melihat apakah strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan meliputi perencanaan hingga pelaksanaan apakah sesuai dengan yang diinginkan. Jika dirasa masih kurang @bomboocha.id mengevalusi hal tersebut untuk kedepannya agar strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan sesuai apa yang diinginkan.

Peneliti mengambil kesimpulan, dibagikan konten yang @bomboocha.id pada media sosial Instagram secara signifikan mempengaruhi omzet yang didapat. Jika aktif dalam pembagian konten omzet @bomboocha.id rata-rata bisa mencapai 500 sampai dengan ribuan namun sebaliknya jika konten jarang dibagikan maka omzet yang didapat hanya ratarata 200 sampai 300 botol.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, peneliti mempunyai saran yang dirasa dapat berguna bagi @bomboocha.id agar semakin baik lagi dalam strategi komunikasi pemasaran dalam konten-konten media sosial Instagram, seperti:

Pada Analisis SWOT, *Weakness* (Kelemahan) @bomboocha.id harus meminimalisir hal tersebut terutama dari segi varian rasa teh kombucha dibuat lebih banyak karena pesaing pasar akan terus bermunculan dengan menginovasi dari suatu produk teh kombucha baik dari varian rasa maupun lainnya. Mengubah sistem pembelian secara online tanpa sistem *pre-order* karena konsumen dalam hal pembelian yang paling tidak disukai salah satunya adalah menunggu.

- 2) Strategi pemasaran yang dilakukan @bomboocha.id lebih melebarkan sayap dengan membuka akun *e-commerce* tentu sangat membantu dalam jangkauan pemasarannya.
- 3) Setiap konten yang dibagikan sangat mempengaruhi omzet @bomboocha.id maka peneliti menyarankan untuk lebih aktif lagi dalam pembagian konten pada media sosial Instagram @bomboocha.id.

