

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan Polahi *Adventure Store* hanya menggunakan dua alat yakni promosi penjualan dan pemasaran dari mulut ke mulut. Kedua alat komunikasi pemasaran terpadu tersebut dapat dikatakan sangat berperan aktif dalam meningkatkan jumlah konsumen pada Polahi *Adventure Store*. Hal ini terbukti dengan pencapaian yang diperoleh Polahi *Adventure Store* selama menjalankan usahanya.

Polahi *Adventure Store* mulai dirintis pada tahun 2018 dengan bermodalkan alat-alat *outdoor* seadanya. Setelah berdiri kurang lebih enam bulan, Polahi *Adventure Store* mulai melebarkan sayapnya dengan membuka cabang baru di Luwuk. Usaha yang pada awalnya hanya meminjamkan beberapa barang keperluan *outdoor*, kini secara perlahan mulai menjual beberapa barang original yang sudah terbukti kualitasnya. Tidak hanya sampai disitu, saat ini Polahi *Adventure Store* mulai memproduksi barang sendiri seperti kaos, ikat kepala, *buckethat*, *weistbag*, gelang custom, dan jam custom. Kini Polahi *Adventure Store* telah membuka cabang barunya di Kota Gorontalo.

Pencapaian tersebut diperolehnya dengan semangat dan kegigihannya dalam berusaha. Selain itu, hal lainnya yang membuat Polahi *Adventure Store* sampai pada titik ini yakni penggunaan komunikasi pemasaran yang digunakan. Pada setiap usaha, cara yang digunakan dalam memasarkan usahanya merupakan salah satu hal yang penting dalam merintis sebuah usaha. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan dan *Word Of Mouth Marketing* dapat meningkatkan jumlah konsumen pada Polahi *Adventure Store*.

2. Promosi penjualan yang digunakan Polahi *Adventure Store* dalam memengaruhi konsumen yakni dengan menggunakan sosial media. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, pada zaman sekarang segala bentuk informasi dapat diakses dengan mudah dan cepat melalui sosial media. Selain itu, sosial media telah menjadi kebutuhan setiap orang. Setiap orang berlomba-lomba untuk mendapatkan jumlah *followers*, *like* dan komentar yang banyak. Segala cara ditempuh untuk memuaskan hasrat tersebut, seperti membuat konten yang dapat meningkatkan jumlah *followers*. Oleh sebab itu, setiap akun yang memiliki jumlah *followers* yang banyak dan mendapatkan banyak perhatian dari khalayak ramai akan menjadi sebuah kebanggaan jika mendapatkan tanggapan baik dari akun tersebut, misalnya diikuti kembali, mendapatkan *like* dan mendapatkan *reposting* dari akun tersebut. Melalui hasil wawancara peneliti kepada para narasumber, hal tersebut merupakan salah satu alasan mereka tertarik dengan untuk membeli di Polahi *Adventure Store*. Selain mendapatkan kepuasan,

promosi penjualan Polahi *Adventure Store* juga menggunakan *giveaway* serta beberapa promo yang menarik minat para pembeli. Dengan menggunakan *giveaway* dan promo, maka para pembeli serta penjualan akan mendapatkan keuntungan masing-masing. Pembeli akan mendapatkan penawaran yang menarik, sementara keuntungan bagi penjual akan menambah jumlah *followers* atau jumlah orang yang akan mengenal jualan tersebut.

3. *Word Of Mouth Marketing* merupakan alat komunikasi pemasaran terpadu yang memberikan efek besar dalam meningkatkan jumlah konsumen pada Polahi *Adventure Store*. Pada awal mula membangun usaha ini, owner dari Polahi *Adventure Store* hanya menawarkan barang-barang *outdoor* seadanya kepada teman-temannya yang merupakan mahasiswa pencinta alam. Dari hal inilah, Polahi *Adventure Store* mulai dikenal karena para konsumen lainnya. Para konsumen yang telah menggunakan jasanya tersebut menawarkannya kepada para calon pembeli. Para calon pembeli tersebut akan mudah untuk percaya karena merasa bahwa konsumen yang menawarkan jas tersebut telah menggunakannya sebelumnya. Rasa kepercayaan inilah yang membuat para calon konsumen tertarik untuk mengenal atau datang langsung ke *Store* dari Polahi *Adventure*. Hal tersebut juga dijelaskan oleh beberapa konsumen tetap dari Polahi *Adventure*. Mulai dari mengenal Polahi dari teman sependakiannya, atau hanya sekadar melihat *instastory* temannya.

Alat komunikasi pemasaran terpadu satu ini merupakan teknik pemasaran yang sangat menguntungkan bagi penjual, karena penjual akan mendapatkan peningkatan jumlah konsumen dengan cara gratis. Oleh sebab itu, alat komunikasi pemasaran terpadu ini sangat membantu Polahi *Adventure Store* dalam meningkatkan jumlah konsumennya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai komunikasi pemasaran terpadu dalam meningkatkan jumlah konsumen pada Polahi *Adventure Store* ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebagai saran, yaitu :

1. Polahi *Adventure Store* , diharapkan lebih meningkat dan mempertahankan kinerja serta kreativitasnya dalam menjalankan usahanya. Polahi *Adventure Store* juga diharapkan dapat mengimplementasikan tujuh alat komunikasi pemasaran terpadu yang ada guna meningkat jumlah konsumen. Jika dua alat dapat meningkatkan jumlah konsumen dalam kurun waktu yang terbilang cepat, maka lima alat lainnya pun akan melakukan hal yang sama. Oleh sebab itu, segala usaha harus dikerahkan dalam dunia bisnis.
2. Bagi para pembaca yang akan memulai berbisnis semoga penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu untuk memulai sebuah bisnis. Disarankan pula, alat komunikasi pemasaran terpadu dapat digunakan sesuai dengan kondisi dari bisnis tersebut. Tetaplah berusaha dan berdoa dalam meningkat jumlah konsumen pada usaha tersebut, karena setiap

usaha yang menyatu dengan doa tidak akan pernah berakhir dengan sia-sia.

3. Bagi peneliti lanjutan dari penelitian ini, sebaiknya lebih melihat hal-hal lainnya yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan guna untuk memulai sebuah penelitian. Penelitian ini akan semakin baik jika setiap orang dapat melihat hal-hal menarik lainnya dalam penelitian ini. Sehingga, hal-hal menarik tersebut dapat menjadi sebuah penelitian baru.