

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam bidang pemasaran, perusahaan memerlukan strategi dalam memperluas jangkauan pemasaran, dibutuhkan strategi yang terencana dalam menawarkan sebuah produk atau jasa. Berkembangnya teknologi komunikasi telah membuat kemudahan bagi semua orang serta menjadikan teknologi bagian dari kehidupan manusia saat ini.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dalam mengembangkan usaha wedding organizer Ivora di masa new normal sebagai berikut :

1. Place: Ivora Organizer di dalam menjalankan usahanya ini, sekarang sudah dapat memiliki tempat pribadi dalam membangun usaha bisnisnya. Walau sebelumnya ia melakukan bisnis ini memilih untuk di rumah sendiri sebagai tempat kegiatan, namun sekarang sudah dapat menyewa sendiri dari hasil bisnis yang dijalani.
2. Price: untuk harga Ivo selaku pemilik usaha selalu memberikan keselarasan harga yang sesuai dengan budget dari pelanggan.
3. Product: Ivora Organizer memiliki paket lengkap *all package* yang sudah termasuk didalamnya *decoration, attire, fulband and sound system, usher, crew's wo on the day , MUA, catering, dancer, photography, event's concept*, dan henna yang bisa dapet diskon 25% jika menggunakannya
4. Promotion: di masa new normal Ivo selaku pemilik usaha turut aktif mempromosikan usahanya melalui media online Instagram seperti melalui influencer, diskon, gratis hand sinitizer, dan masih banyak lagi.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran dalam mengembangkan usaha wedding organizer di *masa new normal* study kasus Ivora Organizer maka dari hasil penelitian peneliti memiliki saran agar Ivora Organizer membuat atau mencetak brosur, kerjasama dengan iklan radio, sehingga dapat dikenal banyak masyarakat.