

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan kesimpulan yang di dapatkan dari hasil penelitian. Strategi komunikasi pemasaran bisnis online yang dilakukan oleh Nasiracook dalam usaha untuk menarik minat pembeli dengan menggunakan konsep teori komunikasi pemasaran terpadu yang diawali dengan membuat perencanaan menentukan target pasar, dan dibantu dengan bauran komunikasi 4P strategi produk (*product*) dilakukan dengan memperkenalkan logo dan nama Nasiracook serta menyampaikan pada masyarakat mengenai kualitas dari produk yang dimiliki oleh Nasiracook, harga (*price*) dilakukan dengan menetapkan harga yang murah dan terjangkau, strategi promosi (*promotion*) dilakukan dengan merencanakan iklan di media sosial, membuat konten, serta melakukan *endorsement*, dan strategi tempat (*place*) dilakukan dengan membuka outlet di pinggir jalan raya dan di tempat yang memiliki banyak peminat serta menyediakan tempat untuk melakukan pembelian secara online seperti *grab food*, *go food*, dan *shopee food*.

Setelah melakukan perencanaan dalam pemasaran selanjutnya melakukan pelaksanaan strategi pemasaran dengan memilih menggunakan saluran komunikasi media sosial instagram dan tik tok, melakukan kegiatan pelaksanaan dengan konsep teori komunikasi pemasaran terpadu dan dalam pelaksanaannya menggunakan gabungan-gabungan bentuk komunikasi pemasaran yaitu periklanan (*advertising*) yang dilakukan melalui iklan (*advertising*) dengan melakukan periklanan melalui iklan instagram, *endorsement* menggunakan jasa influencer pada instagram serta tik tok dan periklanan langsung (*direct marketing*) dengan melakukan periklanan langsung melalui instagram @nasiracook dan menggunakan poster serta spanduk mengenai Nasiracook pada setiap outlet Nasiracook, hubungan masyarakat (*public relation*) dengan menjaga hubungan baik dengan orang-orang dan melakukan kerjasama dengan *e-commerce grab, gojek, dan shopee*, penjualan perorangan (*personal selling*) dengan mengikuti festival kuliner dan melakukan penjualan perorangan yang dilakukan setiap hari pada masing-masing outlet, dan dengan menggunakan promosi penjualan (*sales promotion*) dengan memberikan potongan-potongan harga serta diskon yang diadakan pada hari-hari besar dan memberikan potongan harga melalui pembelian secara online dengan menggunakan aplikasi *grab food, go food, dan shopee food*

Disamping melakukan kegiatan perencanaan dan pelaksanaan pemasaran yang berjalan dengan lancar, dalam melakukan perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran tidak selalu berjalan dengan baik, terdapat hambatan-hambatan yang dihadapi Nasiracook

dalam melakukan kegiatan pemasaran seperti iklan (*adsense*) hambatan yang dilakukan Nasiracook ketika menggunakan iklan (*adsense*) pada saat sekarang ini dirasa kurang efektif karena saat ini orang-orang lebih mempercayai seseorang yang langsung mereview sebuah produk, membuat konten yang menarik dalam melakukan pemasaran karena konten menjadi hal yang paling penting dalam melakukan pemasaran meski pemasaran dilakukan lewat *influencer* tetapi jika konten yang dimiliki tidak menarik maka pemasaran kurang efektif, dan hambatan ketika menggunakan jasa *influencer* yang membagikan konten mengenai sebuah produk dari sebuah merek, pada kolom komentar, komentar negatif pada konten tersebut tidak dapat dibatasi.

B. Saran

Pada penelitian ini Nasiracook hanya melakukan pemasaran melalui sosial media instagram dan tik tok saja. Banyak media sosial dan media online yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran, Peneliti berharap Nasiracook dan para pelaku usaha yang menjalankan bisnis dan bisnis online memanfaatkan lebih banyak sosial media dan terus berinovasi dalam melakukan pemasaran agar terus dapat lebih banyak dikenal oleh masyarakat.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN