

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Peran Strategi Pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) Dalam meningkatkan Volume Penjualan Produk (Studi Pada Ardyan Batik), maka penulis dapat menyimpulkan hasil yang telah didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Ardyan Batik adalah strategi dari mulut ke mulut. Strategi ini dipertahankan sejak lama hingga saat ini dan menjadi strategi Ardyan Batik yang paling efektif. Hal ini didorong oleh pelanggan/konsumen yang mempercayai informasi dari orang yang lebih mereka kenal. Khususnya teman, orang tua, dan orang-orang terkasih. Strategi ini bekerja secara alami dan tanpa perencanaan (*Organic Side to Mouth*). Konsumen merasa puas dengan produk batik Ardyan Batik sehingga merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain tanpa ada pesanan atau saran dari perusahaan. Ada unsur dalam penerapan *word of Mouth* yang bisa disebut dengan 5T. Berikut unsur 5T Ardyan Batik: *Speaker (speaker)* diproduksi oleh konsumen Ardyan Batik. Topik berisi ulasan obyektif mengenai kepuasan atau

ketidakpuasan pelanggan terhadap Ardyan Batik. Alat yang digunakan adalah dari mulut ke mulut dan jejaring sosial pelanggan, partisipasi (*participation*) dengan memberikan informasi dan membujuk pelanggan tentang kesesuaian layanan yang diberikan, dan *monitoring* (pengawasan) dengan meminta dan membiarkan pelanggan bebas memberikan komentar dan saran.

2. Strategi WOM yang diterapkan oleh Ardyan Batik sangat berperan dalam meningkatkan penjualan karena dapat mempertahankan tingkat penjualan yang stabil bahkan seringkali meningkatkan penjualan. Strategi ini mempunyai peranan: pertama, strategi pemasaran dari mulut ke mulut mempunyai peranan dalam meningkatkan penjualan, ketika melaksanakan program promosi maka khalayak konsumen akan lebih luas; Kedua, strategi pemasaran berperan dalam meningkatkan penjualan, karena semakin tinggi penjualan maka semakin tinggi pula pendapatan yang diperoleh; Ketiga, strategi promosi berperan dalam menambah orang baru: semakin konsisten Ardyan Batik melakukan promosi, maka akan semakin terjalin hubungan satu sama lain sehingga dapat tercipta jaringan yang saling menguntungkan.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Perusahaan**

Dari penelitian yang penulis lakukan di Ardyan Batik, dengan segala kerendahan hati bertujuan untuk memperbaiki dan meningkatkan pemasaran Ardyan Batik, penulis berpendapat bahwa jejaring sosial Ardyan Batik masih belum berjalan dengan baik. Sebaiknya Ardyan Batik membentuk tim khusus untuk mengelola jejaring sosial. Hal ini dapat bermanfaat agar Ardyan Batik tidak ketinggalan zaman dan dapat memasarkan produknya lebih luas lagi. Oleh karena itu, akan sangat menguntungkan jika Ardyan Batik juga memanfaatkan media sosial untuk memasarkan usahanya.

### **2. Bagi penelitian selanjutnya**

Melalui penelitian ini, kami berharap dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran dan variabel lainnya untuk dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik dan mendalam untuk melengkapi penelitian yang sudah ada.