

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan data, temuan data dan hasil penelitian, maka Perencanaan Komunikasi Pemasaran yang diterapkan pada produk gamis Butik Mimie Queen dalam memasarkan produknya sudah sesuai dengan teori perencanaan komunikasi pemasaran yang terdiri dari empat komponen.

1. Perencanaan meliputi:

1) *Product*

Setiap produk yang ditawarkan pada Butik Miemie Queen mendukung semua kebutuhan wanita muslimah dalam kegiatannya sehari-hari. Produk yang ditawarkan pun berbagai macam model baju gamis untuk diperkenalkan terhadap konsumen guna untuk menambah nilai ketertarikan pada Butik Mimie Queen. Semua produk yang ditawarkan di butik ini merupakan produk *Limited Edition* (barang terbatas). Butik Miemie Queen pun selalu menekankan pada produk-produk yang memiliki nilai mutu tinggi yang akan dipasarkan kepada konsumennya.

2) *Place*

Lokasi Usaha Butik Miemie Queen yang berada di Jl. Slamet Riyadi No. 65, Banjaran, Kec. Kota Kediri, Kota Kediri, Jawa Timur 64124 membawa pengaruh yang cukup besar terhadap kemajuan butik. Lokasi tersebut meskipun tergolong kurang strategis, dan berada pada gang

untuk akses menuju pusat Kota Kediri, namun beberapa pengendara masih ada yang melalui gang ini. Butik MieMie Queen dapat dengan dikenal orang dan memudahkan konsumen untuk menjangkaunya karena didukung pula promosi melalui media sosial yang kuat.

3) Price

Butik MieMie Queen dalam menetapkan harga untuk konsumennya menjauhi sifat riba. Proses penetapan harganya dilakukan secara grosir dan ecer, reseller pun untuk pembelian secara ecer masih bisa mendapatkan potongan harga karena produk gamis akan dijual kembali. Ada juga jika pembeli sudah berlangganan di Butik maka harga akan dikurangi pada pengirimannya.

4) Promotion

Dalam mempromosikan produk Gamis, strategi yang digunakan yaitu dengan menerapkan lima elemen alat bauran komunikasi, yang terdiri dari lima elemen yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan penjualan pribadi. Dengan cara memilih komponen-komponen alat promosi yang tepat dan digunakan untuk menjangkau konsumen dan calon konsumen.

2. Strategi yang diterapkan Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Gamis Butik Miemie Queen.
 - a. Pengadaan iklan untuk memasarkan produk gamis Butik Miemie Queen kepada konsumen, melalui video aplikasi TikTok yang baru-baru ini sedang dinikmati seluruh kalangan masyarakat.

- b. Dalam strategi promosi penjualan produk gamis Butik Miemie Queen, dengan memberikan potongan harga (diskon), memberikan hadiah, garansi, dan imbalan berlangganan.
 - c. Dalam hubungan masyarakat (*Public Relations*), untuk memasarkan produknya gamis Butik Miemie Queen kepada konsumen, dengan cara mensponsori acara-acara yang mendatangkan banyak masyarakat umum.
 - d. Untuk program pemasaran langsung, Butik Miemie Queen menggunakan seluruh jangkauan media sosial dan Nomor telephon.
 - e. Dalam melakukan penjualan pribadi Butik Miemie Queen melakukan dengan cara *Word of Mouth* (mulut ke mulut) dan menggunakan jangkauan relasi.
3. Analisis Pemasaran Produk Melalui Penerapan Metode Komunikasi Pemasaran Terpadu.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, peneliti memperoleh hasil bahwa, dari semua metode perencanaan pemasaran yang diterapkan Butik Miemie Queen mulai dari *Product, Place, Price, Promotion*. Metode yang paling efektif dalam mengenalkan produk gamis kepada konsumen adalah Strategi Perencanaan *Promotion* mulai dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan penjualan pribadi. Karena media sosial sekarang sudah menjadi kebutuhan setiap orang, tidak mempunyai batasan ruang dan waktu, mempermudah proses pemasaran meliputi aspek manapun, seperti

halnya mudah memperkenalkan produk ke jutaan orang bahkan ribuan dalam jangka waktu beberapa hari. Namun, dalam setiap metode bauran perencanaan komunikasi juga memiliki hambatan masing-masing. Antara lain:

- a. Periklanan, mengalami kendala dalam hal iklan elektronik dan cetak.
- b. Promosi Penjualan, mengalami kelemahan yaitu pembelian dalam jumlah banyak karena stok baju gamis merupakan barang terbatas.
- c. Hubungan Masyarakat, kurangnya mensponsori acara-acara besar yang ada di Kota Kediri.
- d. Pemasaran langsung, memiliki hambatan untuk bagian admin yang lambat dalam menjawab pertanyaan konsumen.
- e. Penjualan pribadi, minimnya jumlah pegawai sales marketing.

B. Saran

Agar perencanaan komunikasi pemasaran produk gamis yang diterapkan pada Butik Mimie Queen dalam memasarkan produknya semakin baiknya:

1. Untuk periklanan promosi pada televisi, radio dan media cetak sebaiknya dilakukan pula, karena ada beberapa konsumen yang tidak menggunakan media sosial.

2. Dalam media promosi penjualan, sebaiknya dipublikasikan secara luas, sehingga tidak hanya dikalangan pengguna media sosial yang mengetahuinya.
3. Dalam hubungan masyarakat (*Public Relation*), ada sebaiknya menambah daftar mensponsori sebuah acara, agar semua kalangan bisa untuk mengetahuinya.
4. Untuk pemasaran langsung, sebaiknya admin untuk *website* agar lebih memaksimalkan media yang ada.
5. Untuk penjualan pribadi, lebih memaksimalkan pada jangkauan relasi dari masyarakat sekitar.