

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram @mlijo.online.mjk di Tengah Pandemi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh @mlijo.online.mjk secara efektif dengan cara melakukan analisis SWOT, STP, dan bauran promosi 4P (*product, price, place, promotion*) terbukti bahwa akun Instagram @mlijo.online.mjk mampu menggunakan strategi komunikasi pemasaran di tengah Pandemi.
2. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis SWOT akun Instagram @mlijo.online.mjk dilakukan secara efektif, antara lain :
 1. Strategi SO (kuat dan berpeluang) : meningkatkan layanan secara online dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat dengan cara mengunggah produk melalui Instagram story setiap hari serta memberikan layanan pesan antar pada jam kerja @mlijo.online.mjk (Pukul 06.00-17.00 WIB)
 2. Strategi WO (lemah dan masih berpeluang) : meningkatkan frekuensi kegiatan promosi melalui media sosial Instagram dengan cara mempromosikan produk mlijo disertai adanya games, kuis, atau

giveaway di Instagram story untuk mengetahui seberapa banyak konsumen berinteraksi melalui akun Instagram @mlijo.online.mjk

3. Strategi ST (kuat dan terancam) : meningkatkan afinitas konsumen terhadap belanja bahan pokok secara online di tengah Pandemi melalui WhatsApp untuk memberikan informasi terkait promo produk mlijo pada hari tertentu.
 4. Strategi WT (lemah dan terancam) : meningkatkan kualitas pelayanan mlijo melalui media sosial Instagram dengan cara mengaudit atau mengadakan evaluasi kinerja tim mlijo setiap seminggu atau sebulan sekali.
3. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa segmenting, targeting dan positioning dilakukan secara efektif dan mempunyai peranan sangat penting karena strategi inilah yang dapat membedakan @mlijo.online.mjk satu dengan mlijo online di Kota Mojokerto lainnya.

Hasil STP yaitu :

1. Segmenting (geografis, demografis, psikografis, tingkah laku) :
Rata-rata konsumen Kota dan Kabupaten Mojokerto yang sibuk bekerja, berusia 24-35 tahun. Menggunakan media sosial Instagram serta WhatsApp dalam berbelanja bahan pokok sesuai kebutuhan di tengah Pandemi.
2. *Targeting* : konsumen kelas menengah atas.
3. *Positioning* : berfokus untuk memenuhi kebutuhan pokok melalui Instagram.

4. Strategi bauran promosi @mlijo.online.mjk antara lain :

1. *advertising* : menggunakan Instagram Photo Ads dan Instagram Video Ads serta menggunakan fitur Geotagging (panandaan lokasi), Hashtag (#) pada unggahan produk.
2. *personal selling* : menggunakan cara metode mulut ke mulut (*mouth to mouth*).
3. *sales promotion* : melalui media sosial WhatsApp dengan cara melakukan *broadcasting* pada seluruh *contact* WhatsApp konsumen. Sedangkan pada akun Instagram mlijo, melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan cara mengadakan *giveaway* atau diskon pada waktu liburan atau perayaan hari-hari besar seperti bulan Ramadhan.
4. Hubungan masyarakat : melakukan kegiatan bakti sosial pada lokasi yang ditentukan tim mlijo sebelum Pandemi. Namun pada saat Pandemi COVID-19, maka strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan yaitu komunikasi secara intens melalui WhatsApp untuk memberikan edukasi kepada konsumen terkait resep masakan dan menyediakan paket siap masak.
5. Dari segi *direct marketing* : menggunakan aktivitas *text messaging*, yaitu pemasarannya melalui WhatsApp dengan cara mengunggah produk mlijo melalui status WhatsApp yang bertujuan untuk mengajak konsumen melakukan belanja online.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak @mlijo.online.mjk dapat meningkatkan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram dengan cara melakukan *update feeds* Instagram secara kreatif, sering melakukan *update story*, membuat kuis atau *games* di *story* Instagram yang melibatkan *followers* dari @mlijo.online.mjk.
2. Diharapkan pihak @mlijo.online.mjk dapat menciptakan inovasi baru lainnya untuk meningkatkan ketertarikan konsumen di tengah Pandemi COVID-19. Misalnya, akun Instagram @mlijo.online.mjk mengadakan *Giveaway* pada ketentuan yang telah dibuat tim Mlijo. Hal tersebut bertujuan untuk mengajak *followers* mlijo dalam berkontribusi berbelanja online di tengah Pandemi dengan cara *repost* postingan mlijo pada *story* masing-masing *followers*. Sehingga, pemenangnya nanti akan mendapatkan hadiah menarik dari @mlijo.online.mjk.
3. Diharapkan pihak @mlijo.online.mjk dapat mengadakan lomba desain *feeds* Instagram @mlijo.online.mjk, dengan total hadiah voucher pulsa Rp.100.000 atau hadiah menarik lainnya. Sehingga, harapannya nanti *followers* @mlijo.online.mjk berbelanja bahan pokok secara online di tengah Pandemi COVID-19.