

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka kesimpulan strategi komunikasi pemasaran Bakul Tape Ketan untuk bertahan selama pandemi covid-19 melalui media sosial instagram mendapatkan kesimpulan bahwa Bakul Tape Ketan sebagai produsen telah melakukan 7 variabel yang berkaitan dengan teori *marketing mix*, variabel tersebut diantaranya *product*, *price*, *place*, *promotion*, *process*, *people*, dan *physical evidence*.

1. Strategi *product* yang digunakan Bakul Tape Ketan berhasil mempertahankan usahanya saat pandemi covid-19, yaitu dengan mengunggah foto produknya kemudian menyusun sedemikian rupa *feed* dan mendesain foto produk secara menarik, sehingga konsumen mengetahui produk terbaru yang ditawarkan oleh Bakul Tape Ketan dan meraih konsumen baru yang menginginkan produk-produk tersebut.
2. Strategi *price* yang dilakukan Bakul Tape Ketan dengan memberikan harga pada akun media sosial instagram berhasil untuk menambah informasi pada media sosial instagram Bakul Tape Ketan, tetapi dalam hal mempertahankan Bakul Tape Ketan saat pandemi covid-19 tidak terlalu signifikan, hal tersebut dikarenakan pemberian harga hanya menjadi nilai informasi untuk konsumen ketika ingin melakukan pembelian suatu produk, terlebih Bakul Tape Ketan menjual berbagai produk dengan berbagai ukuran yang berbeda, sehingga lebih memudahkan para konsumen dengan memberikan postingan produk dengan informasi harga agar konsumen memiliki perhitungan ketika melakukan pembelian produk Bakul Tape Ketan, juga dapat membandingkan harga produk Bakul Tape Ketan dengan produk usaha lain yang sejenis.

3. Strategi *place* yang dilakukan Bakul Tape Ketan berhasil mempertahankan usahanya saat pandemi covid-19, karena penggunaan media sosial instagram dapat menjangkau lebih banyak konsumen untuk bertahan pada saat pandemi covid-19, terbukti dari hasil wawancara yang didapat pada saat penelitian, para konsumen sangat mudah menemukan media sosial instagram walaupun memiliki tempat tinggal yang berjauhan, hal tersebut dikarenakan teknologi gawai yang semakin canggih dan kecepatan internet yang semakin cepat, membuat banyak orang banyak menggunakan media sosial instagram untuk bersosial media dan eksis di dunia maya, hal tersebut dimanfaatkan oleh Bakul Tape Ketan agar lebih dikenal oleh banyak pengguna media sosial instagram dan mempertahankan usahanya pada saat pandemi covid-19.
4. Strategi *promotion* yang dilakukan kepada konsumen berhasil untuk mempertahankan Bakul Tape Ketan selama pandemi covid-19, promosi tersebut yaitu memberikan promo potongan harga tape ketan yang sebelumnya seharga Rp.35.000,00 menjadi Rp.32.000,00 dan promo pembelian 1 kilogram tape ketan gratis satu indomie berlaku kelipatan, cara tersebut berhasil mempertahankan Bakul Tape Ketan selama pandemi covid-19 karena promosi tersebut lebih dipilih oleh para konsumen ketika Bakul Tape Ketan memberikan promo melalui media sosial instagram.
5. Strategi *process* pada sosial media Bakul Tape Ketan berhasil untuk mempertahankan usahanya saat pandemi covid-19, hal tersebut diakui oleh para konsumennya karena dengan jaminan yang diberikan menjadi daya tarik untuk lebih memilih Bakul Tape Ketan sebagai produsen yang baik untuk membeli produk tape ketan dan produk lainnya. Jaminan *refund* 100% dipakai oleh Bakul Tape Ketan sebagai strategi yang membedakan dengan kompetitor lainnya yang tidak berani memberikan jaminan *refund* hingga 100%.
6. Strategi *people* yang dilakukan Bakul Tape Ketan berhasil untuk mempertahankan usahanya saat pandemi covid-19, Bakul Tape Ketan

melakukan aktivitas tersebut pada awal bulan ketika orang sedang memiliki gaji dari hasil pekerjaannya, hal ini tidak ada saat sebelum adanya pandemi covid-19, membuat Bakul Tape Ketan berhasil mempertahankan usahanya saat pandemi covid-19, karena dengan adanya aktivitas yang ada secara terus menerus dan dikonsumsi oleh para konsumen yang menggunakan media sosial instagram, berdampak pada lebih banyak pengguna media sosial instagram yang mengetahui Bakul Tape Ketan, sehingga memperbesar peluang untuk mendapatkan konsumen baru semakin banyak dan dapat mempertahankan Bakul Tape Ketan untuk bertahan selama pandemi covid-19.

7. Strategi *physical evidence* yang dilakukan oleh Bakul Tape Ketan berhasil untuk mempertahankan usahanya saat pandemi covid-19, Tya sebagai *reseller* Bakul Tape Ketan mengaku hanya ingin membeli produk tape ketan hanya dari Bakul Tape Ketan karena permintaan konsumennya yang mengharuskan menggunakan kemasan topes, manfaat lain juga diakui oleh para konsumen Bakul Tape Ketan karena kemasan toples memiliki beberapa manfaat seperti kepraktisan ketika mengkonsumsi tape ketan, lebih higienis, dapat digunakan sebagai wadah makanan lain jika tape ketan sudah habis, dan juga dapat menambah batas kadaluarsa tape ketan karena suhunya lebih terjaga dan tidak terpapar kotoran.

## 5.2 Saran

Selama dilakukannya penelitian, penulis ingin memberikan saran kepada Bakul Tape Ketan agar usahanya tetap maju dan terus berkembang, saran tersebut yaitu Bakul Tape Ketan harus mempertahankan eksistensinya melalui media sosial instagram dengan penambahan promo dan inovasi produk yang menarik konsumen baru lebih banyak lagi. Pemasaran menggunakan pegiat sosial merupakan salah satu cara yang efektif untuk Bakul Tape Ketan dapat dikenal oleh orang dengan lebih banyak lagi, yang berakibat pada semakin bertambahnya pemesanan dan dapat meningkatkan perekonomian usaha Bakul Tape Ketan.