

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan menganalisa bauran pemasaran (marketing mix) 8p (*product, price, place, people, process, promotions, physical edivence, productivity & quality*) yang terdapat pada penelitian kali ini proses komunikasi pemasaran merchandise BTS melalui media sosial X pada akun @sippomerch.

Peneliti mengembangkan beberapa kesimpulan diantaranya yaitu, alat pemasaran ini yang digunakan oleh @sippomerch_ yang paling dominan dalam pemasaran produk BTS yaitu album dikarenakan bisa menaikan sale charts album tersebut dan juga banyak diminati oleh pembeli. cara menentukan harga pasar dengan segmentasi yang berbeda tim @sippomerch_ yaitu mengatur harga won ke kurs rupiah kemudian setelah itu mereka menjualnya kembali, alat pemasaran inilah yang juga paling menonjol dalam pemasaran produknya karena harga album yang dipasangkan oleh @sippomerch_ terbilang sangat murah dan itu bisa menarik perhatian konsumen. @sippomerch_ tidak memiliki offline store, untuk mendistribusikan produk BTS owner @sippomerch_ melakukan secara online dengan menggunakan media sosial X yang banyak digunakan oleh penggemar K-pop. @sippomerch_ melakukan pemasaran dengan mengupload foto/gambar serta video di media sosial X serta menggunakan caption untuk menginformasikan detail produk dan harganya tersebut. Promosi ini lah yang akan menarik perhatian minat pembeli, bukti fisik yang @sippomerch_ berikan ialah sebuah produk yang berkualitas, packaging yang menarik dan juga memberikan *freebies*(bonus), @sippomerch melaksanakan proses pemasarn di media sosial X tidak melibatkan admin tertentu, dan juga @sippomerch tidak menggunakan influencer hanya untuk memasarkan produk yang mereka jual serta admin dan owner memiliki respon yang sangat bagus. proses pemasaran produk yang dilakukan oleh @sippomerch_ difokuskan kepada penggemar dan mempromosikan melalui base @jajanbighitlabels, dan barang-barang yang @sippomerch sebagian besar barang impor yang di pesankan melalui web Korea seperti Weverse Shop, dan Web lainnya, setelah barang dibelikan akan di drop di Warehous Korea yang ada di Korea dan

lalu akan dikirimkan ke Indonesia. strategi yang digunakan @sippomerch untuk menekan kualitas produk ialah memberikan detail produk dan beberapa testimoni. Seperti yang dikatakan oleh informan bahwa kualitas produk yang dijual oleh@sippomerch_ sangat bagus dan juga @sippomerch_ online shop yang sangat trusted.

5.2 Saran

- a. Hasil dari penelitian ini, @sippomerch_ diharapkan agar memiliki jadwal untuk memasarkan produk BTS agar dapat teratur.
- b. Untuk meraih keuntungan yang lebih maksimal, maka diharapkan dapat memperluas target sasaran melalui media sosial lainnya dikarenakan ada peluang untuk memasarkan produk tersebut sehingga produk tersebut menjadi laris. dengan adanya melalui media sosial selain X turut mendukung dalam proses komunikasi pemasaran seperti diskon, *giveaway* serta memberikan kualitas produk yang bagus.

