

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa penerapan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM “Mie Jeletot Mama Diaz” melalui media sosial dan WOM berdasarkan konsep 4P yaitu product, price, place, promotions. Namun, yang mendominasi diantara konsep 4P yakni promotions. Pada konsep promosi atau promotions, UMKM “Mie Jeletot Mama Diaz” menggunakan berbagai cara yaitu membuat promo atau melakukan update di sosial media serta juga melakukan WOM (Words Of Mouth). WOM sendiri ialah ajakan atau menginformasikan yang dilakukan pelanggan untuk mengajak dan menawarkan promo produk secara personal ke kalangan masyarakat. Pentingnya WOM bagi UMKM “Mie Jeletot Mama Diaz” ini yaitu dapat menarik minat pelanggan dan mempertahankan omset.

Kegiatan Penjualan Personal (*Personal Selling*) kedai "Mie Jeletot Mama Diaz" adalah dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran pada bauran komunikasi pemasaran dalam indikator penjualan pribadi, didapati kedai “Mie Jeletot Mama Diaz” dalam meningkatkan konsumen adalah dengan adanya hubungan kontak secara langsung produk yang ditawarkan kepada konsumen akan sesuai dengan target pasarnya. *Owner* melakukan pendekatan dengan konsumennya dengan pendekatan seperti menerima masukan dan saran lalu ramah dengan konsumen.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang ada pada penelitian ini. Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah

dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan, dengan cara mengadakan wawancara serta observasi yang lebih luas guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti ingin menyarankan bahwa kedai "Mie Jeletot Mama Diaz" agar dapat mengembangkan usahanya melalui inovasi dalam pembuatan konten di media sosial agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, mengadakannya akses internet gratis agar mempermudah konsumen dalam pembelian melalui online, serta mampu meningkatkan kualitas dalam menjaga cita rasa menu olahannya. Selain itu, peneliti berharap agar kedai "Mie Jeletot Mama Diaz" dapat melakukan lebih banyak promosi. Hal ini mampu meningkatkan minat beli konsumen.

