

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka pada bab terakhir ini peneliti akan menarik kesimpulan akhir pada penelitian ini dan juga akan memberikan saran sebagai bahan pertimbangan.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi data yang diperoleh peneliti selama melakukan penelitian di konter Rifel Celluler maka pemanfaatan media social facebook dalam meningkatkan volume penjualan oleh konter Rifel Celluler Kota Kupang, dapat dilihat dengan menggunakan dua indikator yaitu: *sales promotion* (promosi penjualan) & *digital Interaktif marketing* (pemasaran interaktif digital).

Strategi yang pertama yakni promosi penjualan (*sales promotion*) adalah strategi yang digunakan untuk merangsang pembelian dengan segera atau untuk meningkatkan jumlah pembelian barang yang dilakukan oleh pelanggan. *Sales promotion* adalah sebuah aktivitas yang didesain sedemikian rupa untuk menjadi pelengkap *advertising* atau iklan yang sekaligus media yang mempermudah penjualan secara pribadi.

Dalam mempromosikan produknya, konter Rifel Celluler menampilkan gambar visual dari setiap produk yang dijual di *market place* dilengkapi dengan spesifikasi dan harga yang begitu terjangkau bagi pembeli. Strategi ini digunakan untuk merangsang pembelian mendorongnya secara tidak langsung untuk membeli produk yang dipasarkan di media social facebook. Selain menstimulus minat beli lewat gambar visual itu *owner* konter Rifel Celluler juga melakukan stimulus lewat potongan harga, memberikan bonus aksesoris & gratis biaya pengiriman bagi pembeli.

Strategi kedua yang *owner* gunakan untuk meningkatkan volume penjualan yaitu strategi *digital interactive marketing*. Strategi komunikasi pemasaran ini merupakan strategi komunikasi yang memanfaatkan teknologi informasi yang semakin berkembang. Tujuan utama dari penerapan strategi ini ialah untuk membangun komunikasi antara produsen dengan pelanggan, lebih tepatnya untuk mengkomunikasikan merek dalam membangun kepercayaan dan loyalitas merek pelanggan.

Strategi komunikasi pemasaran ini digunakan *owner* konter Rifel Celluler untuk berkomunikasi dengan pembeli di media social facebook melalui *massenger marketing* yang disediakan oleh fitur *market place*. Cara yang digunakan oleh pemilik konter Rifel Celluler bertujuan untuk membangun kedekatan dengan calon pembeli maupun pembeli untuk mendapatkan kepuasan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Kedua strategi diatas dilihat dari hasil wawancara dan hasil dokumentasi yang diuraikan pada bab sebelumnya dimana pelanggan mendapatkan kepuasan dalam melakukan transaksi jual beli handphone di konter Rifel Celluler melalui media social facebook, dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti *market place & messenger marketing*. Selain itu *owner* konter Rifel Celluler membangun kepercayaan public dengan memberikan pelayanan dan menyediakan produk-produk berkualitas sesuai dengan kebutuhan dari konsumen.

Dengan memanfaatkan media sosial facebook yang memiliki kekuatan pasar yang luar biasa maka konter Rifel Celluler dapat menaikkan volume penjualan handphone yang ditandai dengan adanya peningkatan pembelian setelah menggunakan media sosial facebook untuk memasarkan setiap produk handphonenya.

6.2 Saran

Setelah menganalisis dan menyimpulkan tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh konter Rifel Celluler dalam meningkatkan volume penjualan di media social facebook, maka peneliti akan memberikan beberapa saran. Adapun saran-saran yang dapat ditawarkan dalam penelitian ini yakni:

1. Bagi Almamater

Bagi Almamater kira semakin mendorong para mahasiswa untuk mencoba hal-hal baru dan menerapkan setiap ilmu yang sudah dipelajari seperti strategi komunikasi pemasaran ini agar dapat dipraktikkan secara langsung dilapangan.

2. Bagi Konter Rifel Celluler

Konter Rifel Celluler Kota Kupang kiranya semakin menambah produk-produknya dan tetap mempertahankan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dipasarkan