

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian pada bab diatas, maka peneliti mengambil kesimpulan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran *Cotton Candy Fairy Floss* Bandung dalam mempromosikan produk *Cotton Candy* Karakter

5.1 Kesimpulan

1. Penetapan Tujuan

Tujuan promosi yang dilakukan oleh *Cotton Candy Fairy Floss* dalam hal mempromosikan produk mereka untuk memberikan pada konsumen bahwa produk yang dijual bukan produk arum manis biasa dan untuk meningkatkan penjualan mereka supaya tidak kalah bersaing diantara pelaku usaha lainnya. Dengan mempertahankan kualitas dari produk dengan itu mereka tidak kalah saing dengan paraa pelaku usaha lain.

2. Target sasaran

Target sasaran yang dimiliki cotton candy merupakan para konsumen yang menyukai cotton candy karakter namun mereka lebih memokuskan untuk menargetkan para wisatawan yang ingin berkunjung ke tempat bandung. Hal ini lebih memokuskan pada penjualan dan memperkenalkan cotton candy karakter pada para masyarakat. Denga dilakukannya penetapan sasaran ini diharapkan agar semua kalangan masyarakat mengetahui *cotton candy* karakter *fairy floss* dan melancarkan penjualan produk tersebut.

3. Rancangan Pesan

Penyampaian pesan merupakan suatu hal yang penting bersama isi pesan yang akan disampaikan, rancangan pesan sendiri harus di sampaikan menggunakan strategi komunikasi yang tepat. Pesan yang disampaikan dengan cara menyebarkan informasi berupa produk *cotton candy* melalui media *online* dan *offline*, dengan menggunakan media offline seperti membuka di beberapa cabang yang sudah tersedia di Bandung seperti *Farm House*, *Cihampelas Walk*, *Dusun Bambu*, *The Great Asia Afrika* berinteraksi secara langsung dengan para konsumen yang hadir ditempat tersebut. Dengan adanya konsumen yang hadir dalam toko tersebut kita bisa menyampaikan pesan yang berkaitan dengan produk yang kita jual. Dengan cara penyampaian pesan tersebut kita dapat mengetahui apakah para masyarakat menangkap pesan yang disampaikan atau tidak.

4. Saluran Media

Media yang di gunakan *Cotton Candy Fairy Floss* merupakan media *online* dan *offline* untuk membantu mereka mempromosikan produk *cotton candy*. Pemilihan media yang mereka pilih sudah tepat digunakan sehingga bisa memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi terkait produk yang di jual apakah ada promo atau tidak.

5. Pengembangan *Promotional mix*

Untuk *promotional mix* mereka menggunakan metode *personal selling* dan iklan. *Personal selling* merupakan teknik promosi dimana seorang penjual

akan mendatangi pelanggan dan berinteraksi dengan pelanggan secara langsung. *Personal selling cotton candy* sendiri dilakukan dengan membuka cabang di *Farm house, Cihampelas Walk, Dusun Bambu, The Great Asia Afrika* dan menawarkan produk mereka kepada konsumen.

6. Penyediaan anggaran

Penyediaan anggaran yang ditetapkan oleh *cotton candy fairy floss* tidak bisa di jelaskan secara rinci hanya bisa dijelaskan dari pendapatan lalu menyisihkan 15% persen dari keuntungan bersih mereka.

7. Evaluasi

Evaluasi dari pemasaran hal yang penting untuk mempertahankan kinerja agar tetap sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai. Evaluasi yang dilakukan *cotton candy fairy floss* dengan melakukan pengawasan dan peninjauan ulang pada setiap dilakukan sebuah promosi. Ini merupakan sebuah tujuan untuk melihat sejauhmana keberhasilan dan kegagalan yang dialami oleh *cotton candy fairy floss*.

8. Strategi Komunikasi Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian bahwa mempromosikan produk *cotton candy fairy floss* ini sudah dilakukan dengan penetapan tujuan promosi pemasaran dan sasaran yang sudah dilaksanakan perusahaan untuk membuat rancangan pesan pemasaran melalui media lalu menyiapkan anggaran untuk promotional mix dan melakukan evaluasi.

5.2 Saran

Dalam penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan suatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah:

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Sebagai salah satu pelaku usaha, peneliti berharap agar *Cotton Candy* tetap memberikan kualitas terbaik kepada konsumennya untuk memberikan kesan terbaik dari perusahaan. Untuk lebih baiknya di setiap tempat dalam melakukan promosinya diberikan kotak saran atau bisa meminta kepada konsumennya untuk mereview bagaimana produk yang di pasarkannya.

Dalam memasarkan menggunakan media online alangkah baiknya mengoptimalkan penggunaan website sebagai media promosi. Website sendiri merupakan media informasi yang lebih mudah diakses dibandingkan dengan aplikasi desktop. Dengan hanya menggunakan koneksi internet dan mengetahui alamat websitenya perusahaan dapat menjangkau pasar lebih luas

Dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran diharapkan *Cotton Candy Fairy Floss* selalu mempertimbangkan tindakan dan tujuan dengan perhitungan yang matang untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal dan yang diinginkan sesuai harapan.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin melakukan penelitian dalam bidang komunikasi pemasaran sebelumnya harus memiliki gambaran tentang apa yang ingin diteliti, memahami metode penelitian dan mempersiapkan permasalahan sejak dini.
2. Memperbanyak bahan-bahan referensi buku dalam penyusunan peneliti sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik.
3. Peneliti harus memahami objek yang diteliti, tidak boleh melakukan penelitian tanpa memahami secara lebih baik.