

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari bab sebelumnya, dapat di tarik kesimpulan mengenai “Strategi Komunikasi Pemasaran CV. Multiagro Sejahtera dalam Membangun Brand Image Melalui Media Sosial Instagram”.

1. Jenis periklanan yang dilakukan oleh CV. Multiagro Sejahtera sebagai kegiatan promosi produk mereka belum maksimal. Masih sekedar mengenalkan secara general mengenai kegiatan perusahaan juga produk-produk mereka. Media yang saat ini digunakan adalah media sosial facebook dan yang sedang dikembangkan adalah instagram. Tujuan dari periklanan yang dilakukan CV Multiagro Sejahtera adalah untuk mengenalkan dan menjadi sarana pemasaran produk yang dijual oleh CV. Multiagro Sejahtera sehingga masyarakat bisa lebih mengenal perusahaan serta produk-produk perusahaan dan meningkatkan awareness masyarakat terhadap kegiatan-kegiatan perusahaan
2. Bentuk promosi penjualan yang dilakukan oleh CV Multiagro Sejahtera adalah dengan diskon yang diinformasikan melalui *word of mouth* atau mulut-ke-mulut. Juga di instagram dengan cara membuat konten funfact mengenai sebuah hasil tani yang diakhir postingannya disisipi produk Multiagro yang hendak dijual. Tujuan promosi ini adalah untuk menambah rasa ketertarikan customer untuk membeli

produk dan menyadarkan konsumen terkait produk yang dimiliki oleh CV. Multiagro Sejahtera.

3. Pelaksanaan *personal selling* yang dilakukan oleh CV. Multiagro Sejahtera, masih menggunakan metode konvensional yaitu dengan mendatangkan tim agronomis untuk ke toko-toko pertanian atau ke lapangan pertanian untuk menjajakan produk sembari menjelaskan secara terperinci mengenai tata cara penggunaan produk, kelebihan dan kekurangan, dan juga menjadi customer service dimana dapat melayani *aftersales* dari konsumen. Selain cara tersebut, cara lain adalah dengan melalui DM instagram yang masuk dari beberapa konsumen dan calon konsumen untuk membeli atau bertanya terkait produk-produk yang dijual. Melalui *personal selling* yang dilakukan, perusahaan bisa lebih mudah menjangkau banyak target market dalam memasarkan produk mereka.
4. Peranan Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* yang dilakukan oleh CV. Multiagro Sejahtera sangat berpengaruh terhadap *brand awareness* yang dimiliki oleh CV. Multiagro Sejahtera. Perusahaan telah melakukan marketing PR melalui kegiatan workshop penyuluhan terhadap petani tomat, atau sponsorship kegiatan olah raga pemuda. Tujuan strategi PR tersebut adalah selain untuk membagikan informasi terkait bagaimana perusahaan bisa turut mendukung kegiatan-kegiatan diluar proses transaksi jual beli yang tentunya dapat mendambah cakupan target market dari perusahaan.

CV. Multiagro Sejahtera dapat efektif dalam membangun reputasi perusahaan melalui media sosial. Penelitian ini mengikuti teori Promosi Philip Kotler (Mix Promosi), yang mencakup kriteria seperti Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Personal, dan Hubungan Masyarakat. Penelitian ini menyarankan bahwa pemasaran CV. Multiagro Sejahtera harus digunakan secara efektif untuk membangun reputasi perusahaan melalui media sosial.

Komunikasi Pemasaran CV. Multiagro Sejahtera pada periklanan dan promosi penjualan @multiagro.sejahtera dapat lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan berbagai program yang dapat menarik konsumen. Penjualan personal di platform media sosial membantu perusahaan mencapai konsumen mengenai produk dan nilai-nilai mereka, yang mendorong persepsi positif terhadap perusahaan. Hubungan masyarakat di instagram juga menyediakan konten edukatif tentang perusahaan, membantu mendidik komunitas tentang pertanian, metode pertanian, dan aspek lainnya. Hal ini membantu membangun dan meningkatkan citra merek CV. Multiagro Sejahtera.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis memberikan saran-saran seperti;

5.2.1 Saran bagi CV. Multiagro Sejahtera

1. Untuk kegiatan periklanan yang dilakukan oleh CV. Multiagro Sejahtera yang terkhususnya media sosial instagram, alangkah baiknya dapat mengembangkan lagi iklan nya ataupun konten yang diunggah di instagram menjadi lebih baik dan terlihat modern, dan juga mencoba melakukan periklanan berbayar di media sosial instagram, agar @multiagro.sejahtera dapat semakin banyak dikenali oleh masyarakat luas sebagai upaya menjangkau pasaran yang lebih luas lagi. Sehingga ketika melakukan hal tersebut bukan hanya keuntungan yang didapatkan melainkan membangun brand image dari Multiagro Sejahtera itu sendiri.
2. Kegiatan Promosi Penjualan di instagram untuk perusahaan CV. Multiagro Sejahtera selain memperkenalkan produk dan memberikan diskon untuk produk, perusahaan bisa memberikan masyarakat berupa voucher belanja di Multiagro Sejahtera melalui iklan atau pun konten dan mengadakan konten kuis ataupun tanya jawab terhadap *followers*, sehingga masyarakat tertarik untuk mengetahui Multiagro Sejahtera lebih dalam.

3. Kegiatan *Personal Selling* di instagram yang dilakukan oleh CV. Multiagro Sejahtera sudah terlihat bagus, dan dapat melayani followers yang ingin bertanya atau membeli dengan baik. Alangkah baiknya ketika berinteraksi dengan *followers* di instagram, menanggapi nya dengan berkomunikasi yang sopan, dan menganggap calon pembeli itu sebagai sahabat, sehingga followers dan admin ketika berkomunikasi akan terlihat nyaman dan tidak segan untuk bertanya lagi dan lagi.
4. Kegiatan *Public Relation* yang dilakukan oleh CV. Multiagro Sejahtera sudah baik, hanya perlu dipertimbangkan dan dipertambah lagi hal-hal yang berhubungan dengan konsumen, seperti melanjutkan kembali workshop atau penyuluhan ke kebun-kebun untuk memberi edukasi lebih tentang pertanian, melakukan seminar dengan masyarakat tentang agro, dan semuanya di kemas ke dalam instagram supaya terus mempertahankan citra perusahaan kepada masyarakat dan juga jangan lupa update hari-hari terkhususnya hari nasional. Dan menambahkan kegiatan Humas itu menjadi Jobdesk perusahaan supaya teratur dan terstruktur, dikarenakan kehumasan di dalam perusahaan adalah sangat penting bagi perusahaan kedepannya.

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini disarankan untuk menggali dan merujuk lebih banyak referensi, sehingga kemampuan

penelitian dapat ditingkatkan dan pemahaman terhadap ilmu pengetahuan yang lebih baru dapat diperoleh.

2. Kejelian dalam mendalami informasi terkait strategi komunikasi perusahaan menjadi hal penting bagi peneliti, mengingat aktivitas ini memiliki peran yang fundamental dalam pencapaian tujuan perusahaan yang diinginkan.
3. Disarankan untuk memanfaatkan waktu yang tersedia secara optimal dalam proses pengolahan data dan tahap analisis, mengingat bahwa walaupun data telah terkumpul, langkah selanjutnya melibatkan kajian pustaka guna melakukan perbandingan dengan teori-teori yang relevan yang telah ada.