

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran PT. Melia Sehat Sejahtera dalam meningkatkan penjualan produk dimasa pandemi covid-19, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Dalam meningkatkan penjualan produk PT. Melia Sehat Sejahtera menggunakan teori AIDDA. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera berupaya mencapai hasil yang dikehendaki. Proses tersebut mengandung maksud bahwa dalam meningkatkan penjualan produk, perusahaan harus mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat. Kegiatan mengenalkan produk yang dilakukan perusahaan terbukti efektif dalam menarik perhatian calon konsumen. Perusahaan juga berusaha menarik simpati masyarakat luas dengan kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan. Teori AIDDA ini sangat cocok digunakan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera cabang Palembang, karena pengaruhnya yang mencakup keseluruhan elemen-elemen komunikasi pemasaran.

Mewabahnya covid-19 di kota Palembang tidak menghambat perusahaan dalam melakukan aktivitas *marketing* ataupun kegiatan keorganisasian. Sebaliknya aktivitas marketing dan keorganisasian terus

berjalan seiring dengan meningkatnya permintaan pasar terhadap produk yang ditawarkan. Pada saat ini produk yang paling banyak dicari dan diminati ialah produk melia propolis, yang mana produk ini berkhasiat untuk meningkatkan imun kekebalan tubuh serta menangkal penyakit yang disebabkan oleh jamur, bakteri dan virus.

Semakin kompetitifnya persaingan produk herbal yang ada pada saat ini, Sebab, masing-masing usaha memiliki kelebihan dalam hal peralatan, SDM, dan koneksi yang cukup mumpuni. PT. Melia Sehat Sejahtera sendiri meyakini bahwa akan siap untuk menghadapi persaingan, karena perusahaan memiliki strategi komunikasi pemasaran yang dinilai mampu menghadapi para pesaing.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis ingin menyampaikan saran mengenai strategi komunikasi pemasaran PT. Melia Sehat Sejahtera untuk meningkatkan penjualan produk dimasa pandemi covid-19.

1. Saran bagi PT. Melia Sehat Sejahtera untuk mempertahankan strategi yang telah diterapkan dan juga dapat lebih meningkatkan kegiatan strategi komunikasi pemasaran guna meningkatkan penjualan produk ditengah pandemi saat ini maupun sampai berakhirnya covid-19. PT. Melia Sehat Sejahtera harus memanfaatkan perkembangan teknologi sehingga dalam hal merekap data keuangan dan sebagainya tidak melulu menggunakan cara

manual dengan pembukuan di atas kertas saja. Namun bisa menggunakan media teknologi yang lebih efektif dan efisien, Sehingga dapat mempermudah perusahaan agar mengetahui kondisi yang terjadi pada perusahaan.

2. Saran bagi yang membaca atau bagi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang khususnya agar memperdalam pemahaman mengenai penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang menyangkut materi deskriptif kualitatif. Seorang mahasiswa KPI harus mempunyai kecerdasan emosional dan juga harus mempunyai kecerdasan intelektual agar mahasiswa tidak terpengaruh oleh berita yang tidak diketahui kebenarannya. Seorang mahasiswa komunikasi penyiaran islam juga perlu untuk memperdalam referensi agar bisa memperluas pengetahuan khususnya tentang komunikasi .
3. Saran praktis, saya berharap agar penelitian ini dapat menjadi suatu penelitian yang inspiratif bagi calon peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa dan dapat memperbaiki penelitian ini sehingga menjadi penelitian yang lebih sempurna lagi dan yang lebih penting mau memberikan kritik dan saran demi perbaikan strategi komunikasi pemasaran PT. Melia Sehat Sejahtera dalam meningkatkan penjualan produk.