

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan yang diantaranya:

1. Dalam menentukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat, pedagang sayuran di Pasar Mayestik melakukan beberapa langkah, sehingga menemukan strategi komunikasi yang tepat dan sesuai di masa pandemi virus Covid-19. Langkah pertama yaitu dengan menentukan segmentasi pasar, segmentasi pasar yang ditentukan adalah ibu-ibu muda hingga nenek-nenek yang memang senantiasa berbelanja di pasar mayestik. Langkah kedua yaitu pedagang sayuran di Pasar Mayestik menentukan tujuan, yaitu ingin meningkatkan kembali jumlah pembeli sayuran di masa pandemi virus Covid-19. Langkah berikutnya adalah pedagang sayuran di Pasar Mayestik harus memposisikan pedagang sayuran di Pasar Mayestik di benak masyarakat, dimana mereka ingin diingat sebagai pedagang sayuran yang ramah dan senantiasa menjaga kebersihan pasar terutama di masa pandemi virus Covid-19 saat ini. Pedagang sayuran di Pasar Mayestik menggunakan media sosial, diantaranya adalah instagram, dan whatsapp. Selain media sosial tersebut, aplikasi belanja online seperti aplikasi grab juga membantu pedagang sayuran di Pasar Mayestik untuk meningkatkan jumlah pendapatan di masa pandemi virus Covid-19 saat ini.

2. Pihak Pasar Mayestik juga ikut serta dalam merealisasikan strategi komunikasi pemasaran yang ditentukan oleh pedagang sayuran di Pasar Mayestik. Dimana pihak Pasar Mayestik ikut serta memposisikan pedagang sayuran Pasar Mayestik di benak target masyarakat, yaitu dengan selalu menjaga kebersihan lingkungan pasar dan memfasilitasi alat dan barang sebagai penunjang agar pedagang dan pembeli sayuran di Pasar Mayestik mematuhi protokol kesehatan di masa pandemi virus Covid-19. Pihak Pasar Mayestik juga ikut membantu menginformasikan kepada target masyarakat dengan menggunakan media sosialnya yang cukup aktif, mulai dari instagram, *website*, dan juga twitter.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisa, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dibuat di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh pedagang sayuran di Pasar Mayestik pada masa pandemic virus Covid-19, yang diantaranya:

1. Pedagang sayuran di Pasar Mayestik seharusnya lebih banyak lagi menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi kepada target masyarakat, karena pada saat ini para pedagang sayuran hanya menggunakan media sosial Instagram dan whatsapp untuk merealisasikan strategi komunikasi pemasaran yang telah ditentukan.
2. Pihak Pasar Mayestik dalam membantu merealisasikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan pedagang sayuran di Pasar Mayestik, seharusnya lebih menjelaskan informasi-informasi mengenai kondisi lingkungan

pedagang sayuran di Pasar Mayestik dimana lingkungan tersebut senantiasa dijaga kebersihannya di masa pandemi virus Covid-19. Hal tersebut seharusnya dilakukan, karena pada saat ini pihak Pasar Mayestik dalam memberikan informasi di media sosial masih kurang dalam penjelasan caption di foto yang mereka upload.