

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Aktivitas Pembentukan *Brand Image* KANAN *Barbershop* Melalui *Marketing Communication* di Masa Pandemi Covid-19”, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aktivitas *marketing communication* yang dilakukan oleh KANAN *Barbershop* peneliti analisis menggunakan teori *marketing mix* 7P. Ketika masa pandemi dan sebelum pandemi masih sama seperti biasanya, hanya saja dalam pelaksanaannya internal KANAN *Barbershop* menyesuaikan dengan keadaan melalui penerapan protokol kesehatan yang berlaku. Tetapi pada masa pandemi, KANAN *Barbershop* lebih gencar menggunakan sosial media Instagram sebagai sarana promosinya dan lebih berfokus pada peraturan protokol kesehatan yang dilakukan oleh internal sendiri.
2. *Brand image* KANAN *Barbershop* di mata *customers* dipandang positif, hal ini didasari dari respon positif yang diberikan oleh *customers* terhadap beberapa aspek yang ada di KANAN *Barbershop*, yang peneliti teliti melalui *marketing mix* 7p. KANAN *Barbershop* memiliki ciri khas tersendiri dari konsultasi yang diberikan sehingga membuat KANAN *Barbershop* berbeda dengan *barbershop* lainnya. Terlebih dari internal yang bekerja juga memiliki sikap yang *humble*, penampilan yang menarik, dan pergaulan yang asyik, sehingga *customers* semakin tertarik dengan KANAN *Barbershop*, yang membuat *customers* merasa mendapatkan keluarga baru

ketika berkunjung ke KANAN *Barbershop*. *Capster* yang bekerja juga sebagai penentu keputusan *costomers* untuk memilih KANAN *Barbershop* dibanding *barbershop* lainnya, karena *capster* merupakan *brand image* yang sangat berpengaruh dari KANAN *Barbershop*.

## 5.2 Saran

1. Bagi KANAN *Barbershop* sebaiknya selalu mempertahankan *image* positif yang telah dimiliki saat ini, dengan cara tetap mempertahankan kualitas pelayanan dan selalu menerapkan protokol kesehatan yang telah dijalankan. Terkait penyemprotan dengan disinfektan, sebaiknya tetap dilakukan untuk lantai dan ruangan, karena dengan melihat kondisi KANAN *Barbershop* yang selalu ramai, sebaiknya KANAN *Barbershop* tetap waspada karena pandemi Covid-19 belum berakhir. Untuk himbuan terkait Covid-19 yang telah KANAN *Barbershop* sebar di media sosial Instagram, sebaiknya lebih sering di-*sounding* ulang, agar tidak hanya internal yang menerapkan protokol kesehatan, tetapi *customers* juga harus sama menerapkan protokol kesehatan, karena peneliti melihat masih banyak *customers* yang mengunjungi KANAN *Barbershop* tidak memakai masker. Melihat saat ini masih berada di masa pandemi Covid-19, sebaiknya KANAN *Barbershop* terus menjalankan promosi Pandemi *Package*-nya, walaupun tidak setiap hari, menimbang perekonomian belum stabil. Selain itu, sebaiknya KANAN *Barbershop* juga membuat kotak saran dan masukan agar *customers* yang sekiranya memiliki masukan bisa langsung sampai ke KANAN *Barbershop*, karena dari hasil wawancara peneliti meminta

beberapa saran dari *customers* seperti KANAN *Barbershop* diminta untuk lebih memperhatikan jam *booking-an*, kemudian KANAN *Barbershop* diminta untuk lebih memperhatikan kondisi dalam *barber* yang selalu ramai agar lebih disterilkan, kemudian adanya harapan untuk KANAN *Barbershop* agar bisa menciptakan promo pelajar dan bisa membuka cabang baru atau menambah jumlah kursi yang ada.

2. Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, khususnya Universitas Andalas agar dapat menambah melakukan penelitian dengan menganalisa lebih dalam lagi mengenai UMKM terutama dalam bidang jasa sesuai dengan keadaan dan fenomena yang terjadi saat ini, sehingga mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya Universitas Andalas dapat melakukan penelitian dengan tema yang masih hangat dan menarik untuk diteliti.
3. Bagi UMKM dalam bidang bisnis jasa, terutama bisnis *barbershop* sebaiknya ketika masa sulit seperti saat sekarang diharapkan tetap memberikan kualitas dan pelayanan yang lebih baik kepada *customers*, dan menerapkan protokol kesehatan yang berlaku agar terciptanya *image* positif ketika pandemi. Kemudian, pelaku bisnis *barbershop* juga diharapkan untuk memperhatikan strategi promosi yang dijalankan sesuai dengan perkembangan zaman, agar lebih menarik dan inovatif dan mampu menarik perhatian pelanggan.