

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti dapatkan melalui Golf Course Teringbay Nongsa, sejalan dengan tujuan penelitian yang telah di tuangkan pada awal karya tulis ini, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi dari bauran komunikasi yang terdapat pada teori *integrated marketing communication*, telah dijalankan oleh Golf Course Teringbay Nongsa, melalui program program serta promosi yang mereka miliki. Kesimpulan pada penelitian ini dapat dilihat dari beberapa poin berikut :

1. Peneliti mendapatkan informasi lengkap mengenai staretegi yang di terapkan oleh Golf Course Teringbay Nongsa melalui periklanan, yang mana periklanan dilakukan melalui penyebaran *flyer*, social media *facebook* dan *Instagram*
2. *Sales promotion* dilakukan dengan memberikan diskon harga atau menawarkan harga khusus, terutama kepada *group* pelanggan reguler.
3. *Event marketing* diwujudkan dalam penyelenggaraan *event* golf seperti TB Spin dan *event* tahunan/bulanan dengan harga paket yang terjangkau untuk menarik minat pelanggan.
4. Publisitas dan *Public Relation* merupakan dua hal yang penting dalam strategi komunikasi pemasaran Golf Course Teringbay Nongsa. Publisitas berfokus pada eksposur dan perhatian yang diperoleh dari para pegolf dan non-pegolf,

terutama melalui penyelenggaraan event dan dukungan media lokal. Sementara itu, Public Relation berfokus pada upaya membangun, memelihara, dan mengelola hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, pemerintah, dan masyarakat.

5. *Online marketing* dilakukan melalui kerja sama dengan media lokal dan penayangan video pendek melalui Batam TV untuk meningkatkan eksistensi Golf Course Teringbay selama masa pandemi .
6. *Direct marketing* dilakukan melalui *sales call*, yaitu mengenalkan jasa dan promosi secara langsung kepada calon pelanggan, sesuai dengan panggilan maupun undangan dari beberapa penyelenggara *event* golf
7. *Word of mouth* (mulut ke mulut) juga berperan penting sebagai bentuk penyebaran informasi mengenai Golf Course Teringbay Nongsa, di mana pelanggan yang pernah berkunjung dan bermain golf di Golf Course Teringbay Nongsa, menyarankan dan mengajak teman, keluarga, atau kolega untuk datang bermain golf di Golf Course Teringbay Nongsa.

Implementasi *integrated marketing communication* (IMC) di Golf Course Teringbay Nongsa dilakukan dengan mengintegrasikan berbagai bauran komunikasi (communication mix), termasuk periklanan, sales promotion, event and *experience, publicity & public relation, direct marketing, interactive marketing, serta personal selling.*

Dari poin poin diatas maka strategi komunikasi pemasaran Golf Course Teringbay Nongsa melibatkan berbagai kegiatan promosi seperti pengiklanan diskon harga, *event tournament*, penyebaran *flayer*, kerja sama dengan media, dan

juga *sales call*, untuk mendorong pembelian, meningkatkan kunjungan serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kendala yang dihadapi oleh tim *sales marketing* adalah menentukan harga promosi untuk pelanggan asing yang bervariasi karena dipengaruhi oleh promosi dari penyedia jasa lain, seperti hotel atau lapangan golf lainnya.

Dengan mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran dan *Integrated Marketing Communication* secara efektif, Golf Course Teringbay Nongsa berusaha meningkatkan kunjungan pasca pandemi Covid-19 dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui berbagai saluran komunikasi yang relevan dengan target pasar. Namun jika dilihat dari pelaksanaannya masih harus terus dikembangkan karena ada beberapa dari implementasi bauran komunikasi tersebut yang memang dijalankan, tetapi harus didukung oleh staf yang memadai. Berlandaskan pada hasil penelitian serta pembahasan maka dapat diketahui strategi komunikasi pemasaran pada Golf Course Teringbay Nongsa sesuai dengan teori *integrated marketing communication* (IMC)

5.2 Saran

Saran pada penelitian ini muncul berdasarkan hasil dan pembahasan yang penulis temui di lapangan. Peneliti memiliki saran yang perlu diperhatikan, sebagai berikut :

1. Bagi Golf Course Teringbay Nongsa di sarankan agar terus melakukan terobosan baru terhadap produk produk jasa yang dimiliki serta menyediakan

sumber daya manusia yang memadai sehingga dapat menjalankan lebih banyak program program baru kedepannya.

2. Bagi Pemerintah Kota Batam, khususnya Dinas Pariwisata Kota Batam, disarankan untuk lebih memperhatikan potensi dari olahraga golf, agar dapat mengubah citra olahraga golf dimata masyarakat umum.