

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil temuan penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, sehingga bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Apple_bth dalam memperkenalkan produk dan layanannya untuk masyarakat luas memakai strategi komunikasi pemasaran terintegrasi yang difokuskan menambah jumlah pelanggan dan jumlah omset penjualan perusahaan. Strategi komunikasi pemasaran melalui instagram oleh Apple_bth terdiri atas promosi penjualan, pemasaran langsung, penjualan personal, dan pemasaran event.
2. Pelaksanaan strategi ini oleh Apple_bth dengan menggunakan instagram bertujuan menginformasikan layanan dan produk kepada masyarakat luas dari berbagai macam lokasi baik di wilayah Batam ataupun diluar wilayah Batam. Komunikasi pemasaran bertujuan menambah jumlah pelanggan dan meningkatkan omset penjualan perusahaan.
3. Pelaksanaan strategi ini Apple_bth dengan menggunakan Instagram meliputi Promosi penjualan melalui pemberian potongan harga dan *giveaway*, menampilkan testimoni customer serta bekerja sama dengan selebgram untuk melakukan promosi penjualan. Penjualan personal dilakukan dengan melakukan komunikasi langsung dan meminta bantuan konsumen merekomendasikan produk dan layanan mereka. Pemasaran langsung dilakukan dengan melakukan transaksi secara COD dan transaksi kepada admin secara langsung. Pemasaran

event dilakukan dengan ikut andil pada kegiatan-kegiatan e-sport dan game yang ada di Kota Batam baik secara online maupun offline.

5.2 Saran

Sesuai dengan kesimpulan yang diperoleh di penelitian ini, sehingga saran dan rekomendasi yang bisa diajukan pada penelitian yang akan datang antara lain:

1. Apple_bth perlu meningkatkan frekuensi komunikasi pemasaran di setiap sarana komunikasi pemasaran yang mereka gunakan agar berjalan lebih efektif seperti melakukan periklanan dengan memposting lebih banyak informasi setiap harinya secara teratur misalnya sehari melakukan postingan 1-3 materi yang berbeda-beda yang sesuai dengan produk dan layanan perusahaan.
2. Apple_bth perlu melakukan tim pembuat konten promosi agar promosi yang dilakukan oleh Apple_bth lebih menarik minat pelanggan karena setiap bulan omset penjualan perusahaan masih tidak stabil.
3. Apple_bth perlu mengukur setiap komunikasi pemasaran yang mereka lakukan dengan benar agar dapat diketahui komunikasi yang mana yang memberikan pengembalian yang optimal bagi perusahaan. Dengan begitu, Apple_bth bersama tim pembuat konten promosi akan berfokus pada promosi tersebut saja agar dapat menarik lebih banyak konsumen dikemudian hari.
4. Apple_bth perlu menetapkan jumlah anggaran misalnya 10% dari penjualan yang dapat digunakan untuk melakukan program komunikasi pemasaran sehingga komunikasi dan promosi yang dilakukan perusahaan lebih terarah dan terukur.

5. Apple_bth perlu menentukan target penjualan setiap bulannya misalnya Rp. 30.000.000 juta agar setiap program komunikasi pemasaran bisa berjalan secara efektif dan mendukung tujuan perusahaan yaitu mencapai target penjualan setiap bulannya.