Dari hasil data diatas penulis melihat bahwa terdapat peningkatan jumlah unit yang terjual pada tiap bulannya di tahun 2020, dari bulan Januari sampai Mei 2020. Penjualan terbanyak di bulan Februari. Hal tersebut terjadi karena dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang dilakukan sudah tepat.

BAB V

PENUTUP

Strategi komunikasi.., Laras Indri Satiani, Fakultas Ilmu Komunikasi 2020

5.1 Kesimpulan

Strategi komunikasi pemasaran di PT Agung Sedayu Group menerapkan tujuh unsur menurut Kotler & Amstrong (2010:174) bauran promosi terdiri atas periklanan *(advertising)*, penjualan pribadi *(personal selling)*, promosi penjualan *(sales promotion)*, hubungan masyarakat *(public relation)*, pemasaran langsung *(direct marketing)*, pemasaran interaktif *(interactive marketing)*, acara dan pengalaman *(event and experience)*. Kegiatan dan program yang dilakukan oleh PT Agung Sedayu Group telah dirancang untuk memperoleh jumlah target penjualan yang ditetapkan.

Dalam melakukan periklanan, PT Agung Sedayu Group melakukan pemasaran secara outdoor maupun indoor sebagai suatu usaha untuk menarik minat calon konsumen dan memperkenalkan properti lokasi perumahan menggunakan billboard, spanduk dan brosur.

Personal selling yang dilakukan *marketer* dari tim *marketing* PT Agung Sedayu Group Grand Galaxy City, Bekasi Selatan. *Personal Selling* adalah komunikasi tatap muka secara langsung terhadap calon konsumen di *marketing gallery* PT Agung Sedayu Group atau ketika bertemu dengan calon konsumen pada saat *event* pameran.

Sales promotion yang ditangani langsung oleh tim *marketing* yaitu promo program di bulan tertentu, hal ini berlaku untuk semua calon konsumen yang langsung datang ke *marketing gallery* dan telah melakukan *Booking Fee*, program parsel Ramadhan ditujukan bagi calon konsumen yang Booking Fee dan langsung datang ke *marketing gallery* sekedar untuk menanyakan informasi rumah saja, terakhir ada program diskon *event* pameran, program ini ditujukan kepada calon konsumen yang mengunjungi stand property PT Agung Sedayu Group, Grand Galaxy City, Bekasi Selatan selama ada *event* pameran.

Public Relations ini dilakukan oleh staf bagian *promotion.* Tugas dan fungsi dari *public relation* ini tetap dijalankan seperti perencanaan strategi tentang publikasi dan kampanye atau promosi, menjawab dan menjelaskan pertanyaan

Strategi komunikasi.., Laras Indri Satiani, Fakultas Ilmu Komunikasi 2020

dari calon konsumen melalui platform komunikasi apapun seperti melalui pesawat telefon maupun media sosial. Kemudian, mengorganisir acara promosi seperti pameran. Lalu, memberikan dan menyediakan data informasi tentang peluang promosi baru pada calon konsumen, melakukan riset pasar yang relevan. Lalu sebagai penghubung dengan calon konsumen dengan divisi internal terkait serta merancang, menulis atau memproduksi billboard, spanduk, brosur dan konten promosi untuk media sosial.

Direct marketing yang dilakukan tim *marketing* terlibat langsung untuk tercapainya target konsumen dengan membujuk dan menawarkan unit properti sehingga terciptanya transaksi jual-beli. Kunjungan konsumen ke *marketing gallery* karena hasil dari strategi komunikasi pemasaran yang telah di iklankan melalui berbagai bentuk media promosi. *Direct marketing* ini diantaranya *direct selling, direct mail, telemarketing* (melalui telefon), dan *personal selling.*

Pemasaran interaktif meliputi pemasaran *online* melalui platform media sosial instagram @Grandgalaxycity_asg yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan properti.

Event and experience yang dilakukan yaitu *event* momentum menjelang libur hari perayaan, *event* perkumpulan anggota persatuan real estate indonesia (REI), dalam kesempatan ini, PT Agung Sedayu Group mencari tahu tolak ukur harga properti dipasaran kemudian, bertujuan untuk lebih meningkatkan citra perusahaan dimata perusahaan lain serta konsumen yang berkunjung ke stand pameran.

Dari hasil penelitian di atas penulis mendapatkan fakta bahwa terdapat peningkatan jumlah unit yang terjual pada tiap bulannya di tahun 2020, dari bulan Januari sampai Mei 2020. Penjualan terbanyak di bulan Februari. Hal tersebut terjadi karena dipengaruhi oleh berhasilnya strategi komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan dari penelitian ini yang sekiranya dapat bermanfaat bagi beberapa pihak kedepannya, antara lain:

1. PT Agung Sedayu Group pusat seharusnya memberikan akses untuk memgelola website kepada *marketing gallery* kawasan Grand Galaxy City Bekasi Selatan sehingga staf dapat memperbarui perkembangan dan mengunggah iklan di *website* secara langsung.
2. PT Agung Sedayu Group, Grand Galaxy City, Bekasi Selatan sebaiknya menambah tenaga kerja di bagian *marketer* untuk menjalankan pemasaran sehingga target penjualan dapat tercapai
3. Sebaiknya PT Agung Sedayu Group, Grand Galaxy City, Bekasi Selatan merekrut karyawan baru untuk bagian *public relations* sehingga tugas dan fungsi pada satu bagian yang tadinya di kerjakan oleh bagian *promotion* bebannya menjadi ringan dan dapat fokus merancang ide-ide pemasaran baru kedepannya.
4. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti di PT Agung Sedayu Group kawasan pusat sehingga penelitian kedepan menjadi sangat menarik tidak sebatas disatu area saja.