

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Yefta Sejati Utama 2 untuk meningkatkan promosi yaitu dengan beberapa bentuk komunikasi pemasaran dan komponen Integrated Marketing Communication (IMC) yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan dan penjualan langsung.

Selain itu strategi komunikasi pemasaran di PT Yefta Sejati Utama 2 dalam meningkatkan promosi termasuk dalam *pull strategy* (dengan menggunakan iklan dan promosi) dan *push strategy* (bentuk komunikasi secara langsung dengan pelanggan / konsumen).

Adapun bentuk strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan produk sebagai berikut:

1. Periklanan, yaitu dengan menggunakan iklan cetak, banner, spanduk, flyer dan poster, yang bertujuan untuk mengingatkan dan menginformasikan pelanggan untuk datang dan membeli (*Pull Strategy*).
2. Promosi Penjualan, yaitu dengan menggunakan potongan tenor, potongan uang muka dan kupon hadiah undian, yang bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan (*Pull Startegy*).
3. Penjualan Langsung, yaitu komunikasi dengan berhadapan langsung dengan pelanggan untuk mempromosikan produk, marketing melakukan penjualan dengan menawarkan dan menginformasikan serta mengajak konsumen untuk membeli produk (*Push Strategy*).
4. Pemasaran Langsung, yaitu dengan menghubungi dan menawarkan produk dengan potongan harga dan dengan potongan tenor kepada pelanggan secara individu melalui media online whatsapp atau melalui telepon dengan tujuan agar konsumen tertarik untuk membeli (*Push Strategy*)

5.2 Saran

1. Dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran sebaiknya PT. Yefta Sejati Utama 2 dapat juga melengkapi dengan strategi pemasarannya lainnya melalui media sosial seperti facebook dan instagram, dan juga melalui aplikasi online seperti shoppe atau tokopedia dan lain sebagainya.
2. Untuk mempercepat penyampain informasi dalam menyampaikan promosi PT Yefta Sejati Utama 2 juga dapat mengiklankan produknya dengan menyewa baliho.
3. Dalam memenuhi keinginan pelanggan sebaiknya memperhatikan stock untuk persediaan barang yang akan di promosikan, sehingga ketika ada konsumen yang tertarik untuk membeli barang yang diinginkan sudah tersedia dan tidak perlu indent agar pelanggan tidak kecewa karena persediaan barang yang kosong.

