BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Strategi komunikasi pemasaran PT. Matahari Departement Store Tbk melalui Matahari Rewards ′OVO′ hanya menggunakan dua bauran komunikasi pemasaran, yaitu promosi penjualan dan penjualan personal. Alat promosi penjualan yang dillakukan pihak Matahari yaitu berdasarkan *consumer promotion* (promosi bagi pelanggan langsung), yang terdiri dari pengembalian tunai dan potongan harga. Pengembalian tunai yang ditawarkan PT. Matahar Departement Store Tbk melalui Matahari Rewards ′OVO′ kepada konsumen adalah *cash back* sebesara 30% sampai 50% dari total belanja maksimal 100.000 dengan dua kali transaksi atau 2 *struck*apabila melakukan pembayaram melalui aplikasi OVO. Sedangkan potongan harga yang diberikan oleh pihak Matahari melalui Matahari Rewards ′OVO′ adalah tambahan diskon 5% untuk pemilik kartu Red dan 10% untuk pemilik kartu Diamond.

5.2 Saran

Selama peneliti menjalankan penelitian di Matahari Departement Store Metropolitan Mall Bekasi peneliti mengetahui bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. Matahari Departement Store Tbk melalui Matahari Rewards ′OVO′ hanya menerapkan dua bauran komunikasi pemasaran yaitu promosi penjualan dan penjualan personal. Sedangkan bauran komunikasi pemasaran terdiri dari enam elemen diantaranyaperiklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*), dan hubungan masyarakat (*public reletions*). Mengacu pada fungsi dari keenam bauran komunikasi pemasaran tersebut, maka perlu untuk PT. Matahari Departement Store Tbk menerapkan periklanan melalui media-media iklan agar bukan hanya konsumen yang berbelanja di Matahari saja yang tahu keberadaan Matahari Rewards ′OVO′ tapi masyarakat umum juga mengetahuinya. Kemudian pada era industri digital saat ini perlu adanya pemasaran interktif melalui media massa seperti internet dalam mempromosikan suatu produk seperti

Matahari Rewards 'OVO', dengan begitu terjadi arus informasi timbal balik pada saat itu juga.