

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, setelah dideskripsikan dan analisis menggunakan teori komunikasi pemasaran terpadu menurut Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens di dalam buku *Marketing for Hospitality and Tourism*, terdiri atas periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*), pemasaran langsung (*direct marketing*).

Dari kelima strategi komunikasi pemasaran terpadu tersebut, *coffee shop* Unclebrew hanya menjalankan tiga strategi komunikasi pemasaran terpadu yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan hubungan masyarakat (*public relations*). Sedangkan untuk penjualan pribadi (*personal selling*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*) Unclebrew tidak menjalankannya dikarenakan penjualan pribadi (*personal selling*) membutuhkan waktu dan biaya yang banyak. Selanjutnya dari segi kenyamanan, penjualan pribadi (*personal selling*) memberikan kesan mengganggu kesibukan masing-masing konsumen, serta tidak tersampainya informasi dengan baik dikarenakan konsumen terkesan terpaksa dalam mendengarkan penjelasan dari tenaga penjual. Sedangkan pada pemasaran langsung (*direct marketing*) dianggap terlalu banyak data yang harus disiapkan dan juga terdapat waktu yang terbuang sia-sia jika harus memasarkan produknya dengan cara mengirim *e-mail*, telepon, *web*.

Pada periklanan (*advertising*), Unclebrew telah menjalankannya dengan melakukan iklan kolaborasi dengan *brand* Fitbar dan *brand* Steggo yang diketahui Unclebrew memang menjual menu-menu serupa dengan Fitbar seperti makanan ringan (*snack*), dan *brand* Steggo menjual menu makanan yang dikemas menggunakan *rice box*. Iklan adalah salah satu bentuk periklanan yang paling berdampak dan banyak dilihat orang serta menjangkau pasar yang luas.

Pada promosi penjualan (*sales promotion*), Unclebrew memberikan pelayanan dalam bentuk promo potongan harga sebesar 20% khusus *cashless* dan terdapat potongan harga di hari-hari besar Indonesia. Selain itu, Unclebrew memanfaatkan promosi penjualan dengan lingkungan pertemanan *Influencer* dari Dwi Handayani yang merupakan seorang *Influencer* sekaligus adalah salah satu pemilik dari Unclebrew.

Pada hubungan masyarakat (*public relations*), Unclebrew menjalankannya dengan memposting aktivitas pemberian informasi melalui *Instagram*. Salah satu informasi yang masih konsisten diberikan yaitu informasi jika disetiap cabang akan tutup mereka selalu memberikan konfirmasi. Selain itu, Unclebrew kerap kali membalas pertanyaan melalui komentar dari *followersnya*. Jika pertanyaan itu memang memungkinkan untuk dijawab, akan selalu diusahakan oleh pihak Unclebrew. Kemudian, Unclebrew melakukan kegiatan *reposting* untuk memberikan apresiasi dan rasa terima kasih karena sudah mempercayai produk-produk Unclebrew.

5.2. Saran

Melalui data yang didapatkan selama penelitian berlangsung, memiliki beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang memerlukan:

1. Peneliti menganjurkan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa melakukan penelitian yang lebih mendalam terkait strategi komunikasi pemasaran terpadu.
2. Diharapkan adanya strategi komunikasi pemasaran yang tetap di *coffee shop* Unclebrew diikuti dengan pemilihan media selain *Instagram*.
3. Pada Periklanan (*advertising*), diharapkan Unclebrew dapat membuat iklan kolaborasi yang lebih lama bersama *brand* yang sudah besar lainnya dan dilakukan setiap bulannya. Kemudian iklan dapat dilakukan diberbagai macam media.
4. Promosi Penjualan (*sales promotion*), diharapkan tidak hanya mengandalkan akun pribadi pemilik (*owner*) maupun akun lingkungan pertemanan *Influencer* saja. Menambahkan *merchandise* seperti *tumbler* dalam penjualan seperti yang diharapkan para konsumennya.
5. Pada Hubungan Masyarakat (*public relations*), Unclebrew diharapkan bisa meningkatkan penggunaan *fitur-fitur* yang ada di *Instagram* seperti *questions box* dalam berinteraksi tanya jawab, setelahnya tanya jawab tersebut bisa disematkan dibagian *highlight Instagram* untuk menghindari pengulangan pertanyaan yang sama.

6. Penjualan pribadi (*personal selling*), dapat dijalankan dengan mendatangi *stand-stand* berbagai kegiatan acara (*event*) yang mendatangkan banyak konsumen.
7. Pemasaran langsung (*direct marketing*), Unclebrew dapat menjalankannya dengan membuat situs *web* khusus yang berisi *catalog* produk beserta harganya.

