

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh PT Kokoh Inti Arebama Jasa Renovasi Rumah & Toko Bahan Bangunan adalah dengan menerapkan pemasaran digital melalui media sosial berupa Instagram, Instant Messenger SEM, Promote/Ads. Mitraruma juga menggunakan IMC dengan elemen bauran pemasaran sebagai panduan komunikasi pemasaran. Oleh karena itu, sangat penting untuk dilakukan mengingat bisnis mendapatkan keuntungan besar dari media sosial karena efektivitas dan efisiensi yang dijanjikan. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh hasil pengamatan sebagai berikut:

1. Analisis kegiatan Integrated Marketing Communication PT Kokoh Inti Arebama

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran melalui periklanan sudah berjalan dengan baik karena perusahaan melakukan periklanan melalui google ads, kemudian ditinjau dari kegiatan promosi penjualan adalah melalui kolaborasi dengan para influencer yang bisa membujuk konsumen secara persuasif. Untuk strategi direct dan online marketing sudah berjalan dengan baik karena perusahaan memanfaatkan media sosial melalui facebook, instagram dan youtube, sehingga dapat diketahui oleh masyarakat. Selanjutnya kegiatan personal selling yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menempatkan karyawan marketing yang langsung menawarkan paket renovasi rumah dan property lainnya, selanjutnya kegiatan public relation atau publikasi sudah berjalan dengan baik karena perusahaan melakukan pameran-pameran atau event-event yang bertujuan membina kereliasan calon pelanggan sehingga berdampak terhadap minat beli kepada produk dan jasa renovasi mitraruma.

2. Endorsement/Influencer

Influencer merupakan salah satu aktor utama dalam membuat pesan menjadi viral. Dalam kegiatan promote salah satu influencer yaitu Ardit Erwandha menggunakan fasilitas share, tag dan hashtag, juga instastory tools yang digunakan sehingga pesan menjadi cepat tersebar. Terbukti bahwa promosi melalui influencer lebih tepat sasaran karena profil influencer dan followers nya dapat disesuaikan dengan khalayak sasaran produk.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil peneliti ini, penulis memiliki saran yang dirasa dapat berguna bagi peneliti selanjutnya dan kepada manajemen Mitrauma, yaitu:

1. Disediakan admin khusus di setiap platform salah satunya akun Instagram, sehingga postingan Mitrauma rapi dengan tema postingan yang berbeda setiap pekannya.
2. Dalam mengukur hasil promosi dari kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan sebaiknya dengan, membuat kuesioner yang diajukan pada konsumen mengenai konten kepuasan pelanggan yang diinfokan.
3. Perlu adanya saling kerjasama antara pihak e-commerce yang lebih luas untuk menjangkau para pelanggan yang lebih luas juga.
4. Harus Aktif mengikuti sebuah acara event atau pameran industri Home Design & Interior Exhibition, hal ini dapat meningkatkan penjualan dan juga memperkenalkan produk mitrauma kepada konsumen
5. Saran untuk manajemen mitrauma khususnya tim pemasaran yang menggunakan Influencer di Instagram adalah perlu memikirkan strategi lainnya karena influencer hanya membantu mempromosikan tahap awal. Dibalik pertumbuhan yang cukup tinggi tentu ada keterbatasan dari promosi melalui influencer ini.

