

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian, dan pembahasan mengenai aktivitas bauran komunikasi pemasaran di perusahaan pada bab- bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Advertising

Perusahaan telah menggunakan print, dan broadcast media yang tepat, tetapi frekuensi penggunaannya belum dilakukan secara optimal.

2. Personal Selling

- Para sales person belum melakukan personal selling .
- Para sales kurang termotivasi dalam melakukan personal selling.

3. Sales Promotion

- Perusahaan telah melakukan aktivitas berupa potongan harga pada event- event yang tepat. Namun ada beberapa aktivitas sales promotion lain, yang belum diterapkan pada perusahaan
- Perusahaan melakukan penataan display took, namun belum semuanya tertata secara teratur, dan rapi.

4. Public Relations

Perusahaan belum melakukan aktivitas public relations yang dapat meningkatkan image perusahaan, ataupun yang dapat meningkatkan image perusahaan, ataupun yang dapat menarik simpati masyarakat.

5. Direct Marketing

Perusahaan belum melakukan direct marketing, dan belum memiliki customer database.

5.2 Saran

Menurut permasalahan yang ada, dan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap aktivitas bauran komunikasi pemasaran di perusahaan, penulis mengajukan saran- saran sebagai berikut:

1. Advertising

Penggunaan print, dan broadcast media, tidak hanya dilakukan pada saat mengadakan program potongan harga saja, tetapi sebaiknya digunakan juga untuk memberi informasi tentang produk “new arrival” perusahaan.

2. Personal Selling

- Perusahaan sebaiknya mengadakan program pelatihan kembali bagi para sales person- nya, dan lebih selektif lagi dalam merekrut tenaga kerja yang akan dijadikan sales person.
- Untuk meningkatkan motivasi para sales person dalam melakukan ersonal selling, sebaiknya perusahaan memberikan imbalan lain selain gaji pokok sebagai insentif mereka.

3. Sales Promotion

- Perusahaan dapat mengadakan fashion show dalam memperkenalkan model- model terbaru produk perusahaan, atau mengadakan bazaar, yang dapat merangsang pembelian dalam jangka pendek.
- Perusahaan sebaiknya menata kembali display took secar lebih teratur, dan rapi menurut jenis item masing- masing produk, serta merotasi letak display, agar memberikan suasana baru dan timbul kesan up to date pada produk- produk perusahaan.

4. Public Relations

Perusahaan hendaknya mengadakan acara bakti sosial untuk mengungkapkan rasa peduli terhadap masyarakat lingkungan sekitar.

5. Direct Marketing

Perusahaan hendaknya melakukan aktivitas direct marketing, dengan mengirimkan katalog produk perusahaan melalui pos/ e-mail. Hal tersebut harus didukung dengan tersedianya customer database yang relevan dengan kepentingan perusahaan, dan selalu up to date.