

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bauran komunikasi pemasaran terpadu merupakan perencanaan berbagai macam media komunikasi dalam sebuah tema komunikasi yang konsisten, sehingga dapat memberikan pengaruh yang besar bagi konsumen. Hasil yang didapat dari observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa terdapat strategi bauran komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan oleh Selingkar Literasi Yogyakarta dalam mengomunikasikan produk literasinya seperti periklanan, pemasaran langsung, personal selling, sponsorship, word of mouth, sales promotion public relation, dan sosial media marketing. Melalui pendekatan komunikasi pemasaran, mereka berhasil mengomunikasikan produk literasinya dengan kohesif dan efektif, mencapai target audiens dan menciptakan dampak yang signifikan. Konsistensi tema komunikasi menjadi kunci keberhasilan dalam membangun citra positif dan minat konsumen terhadap produk literasi yang ditawarkan.

Dari beberapa bauran komunikasi pemasaran, strategi yang digunakan Selingkar adalah strategi periklanan dimana terdapat dua cara yang digunakan yaitu iklan melalui meta ads facebook, instagram, website, dan penggunaan brosur apabila terdapat event. Periklanan yang dilakukan berjalan dengan lancar dengan menjangkau seluruh konsumen dimanapun dan kapanpun tanpa terhalang jarak serta waktu. Media lain yang digunakan oleh selingkar adalah dengan mengadakan event atau bazar, memberikan diskon untuk produk yang dikeluarkan, mengajak kerja sama beberapa instansi untuk pembuatan kelas, pemasaran melalui telemarketing.

Melalui keseluruhan bauran komunikasi pemasaran yang digunakan terdapat tiga bauran promosi yang sangat berpengaruh bagi Market share Selingkar yaitu *advertising*, *sales*

promotion, dan word of mouth. Hal yang mendasari pernyataan tersebut yaitu dikarenakan selingkar yang berfokus pada periklanan melalui sosial media instagram dan facebook yang menjangkau seluruh wilayah. Selain itu kredibilitas baik yang dimiliki perusahaan serta pelayanan maupun produk yang diberikan selalu cepat dan terbaik, sehingga dapat dijadikan modal baik untuk Selingkar dalam menjaga kepercayaan konsumen sehingga menimbulkan adanya hubungan jangka panjang.

Meskipun Selingkar Literasi Yogyakarta telah berhasil menerapkan strategi bauran komunikasi pemasaran terpadu, perlu diperhatikan beberapa keterbatasan. Pertama, fluktuasi dalam preferensi pelanggan dapat berpotensi memengaruhi pencapaian target Market share perusahaan. Kedua, meskipun Selingkar menjalankan fungsi-fungsi terkait public relation, kekurangan divisi khusus untuk hal ini mungkin menjadi hambatan dalam memaksimalkan manfaatnya. Terakhir, diperlukan investasi tambahan dalam teknologi guna mendukung integrasi saluran pemasaran yang lebih baik, sehingga bauran komunikasi yang digunakan dapat berinteraksi secara optimal satu sama lain. Upaya untuk mengatasi keterbatasan-keterbatasan ini akan meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan membantu Selingkar Literasi Yogyakarta mencapai tujuan bisnisnya.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian pada perusahaan Selingkar Literasi Yogyakarta, peneliti ingin memberikan beberapa saran kepada Selingkar sehingga bisa menjadi perusahaan yang unggul dan memperoleh market share yang semakin luas dipasaran. Sebagai berikut:

1. Berdasarkan temuan data dilapangan terkait kegiatan promosi yang dilakukan Selingkar agar lebih memperhatikan dan mempertimbangkan penggunaan saluran yang masih belum digunakan secara optimal, misalnya seperti lewat personal selling sehingga Selingkar dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

2. Selingkar harus terus meningkatkan konsistensi pesan, memantau perubahan preferensi pelanggan, mempertimbangkan pendirian divisi public relation, dan terus meningkatkan integrasi teknologi untuk mencapai tujuan Market share yang lebih besar. Misalnya pengapdosian Integrasi SEO dengan mengeluarkan artikel yang terjadwal akan membantu perusahaan melakukan branding.
3. Ada baiknya Selingkar menjadwalkan atau membuat agenda untuk mengadakan event-event baik itu tahunan atau bulanan secara rutin dan bisa juga melibatkan konsumen agar engagement yang terjalin antara Selingkar dengan konsumennya semakin kuat.
4. Untuk penelitian berikutnya yang memiliki tema sama dengan penelitian ini di harapkan agar dapat mengulas lebih dalam dan akurat baik dalam proses pengumpulan data, penyajian data, hingga analisis yang lebih tajam sehingga penelitian tersebut akan sangat berguna bagi banyak pihak