

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan di atas sebelumnya mengenai strategi komunikasi pemasaran di *reel seven organizer*, cukup baik namun dalam pemasarannya *reel seven organizer* belum dapat menjangkau masyarakat secara luas, sehingga masyarakat banyak belum mengetahui bahwa ada *event organizer* di kota Palembang yaitu *reel seven organizer*.

Dalam pemasarannya *Reel Seven Organizer* sering melakukan pemasaran melalui media online seperti *Instagram, Whatsapp, Facebook* dan *Website* kemudian ditindaklanjuti dengan bertemu langsung kepada calon pelanggan. Strategi yang dilakukan oleh tim pemasaran di *Reel Seven Organizer* dapat konsisten dalam penjualan. Metode yang digunakan yakni pemasaran langsung (*Direct Marketing*), *Reel Seven Organizer* melakukan komunikasi secara *real* dan aktif di media sosial. Hubungan masyarakat (*Public Relation*), memanfaatkan hubungan pertemanan dalam menarik pelanggan. Penjualan perorangan (*Personal Selling*), penawaran yang dilakukan dengan pelanggan yang tepat dan jelas, cara pemasarannya dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pelanggan. Dan promosi penjualan (*Sales Promotion*), promosi penjualan yang dilakukan yakni bertemu langsung, sehingga staff mudah menjelaskan secara rinci tentang jasa kemudian ditindaklanjuti melalui telepon ataupun sosial media *whatsapp*.

Strategi penentuan harga yang dilakukan oleh di *Reel Seven Organizer* dalam menarik minat beli konsumennya yaitu dengan memberikan harga promosi dan potongan harga sebagai daya tarik konsumen untuk menggunakan jasa mereka. Hal ini dilihat berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan oleh *Reel Seven Organizer* dengan memberikan potongan harga pada saat penjual.

Strategi ini dinilai mampu menarik minat beli konsumen dan dijadikan pegangan dalam mempertahankan konsumen oleh *Reel Seven Organizer*.

Faktor yang mendukung peningkatan penjualan di *reel seven organizer* yakni staff marketing yang konsisten dan memanfaatkan era digital sehingga menjaga konsistensi dalam penjualan. Sedangkan faktor penghambat yakni masih kurangnya masyarakat dalam mengetahui jasa *reel seven organizer*.

## **5.2 Saran**

Untuk mendukung strategi yang direkomendasi penulis kepada *Reel Seven Organizer* yaitu Strategi SO (strength – opportunity) dan Strategi-Alternatif maka penulis menyarankan *Reel Seven Organizer* untuk mempertahankan kekuatan yang dimiliki dan meminimalkan kelemahan yang ada dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan mitra atau supplier, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan, mengintensifkan lagi promosi yang dilakukan, selalu berusaha memberikan harga yang murah dan inovasi dari produk atau jasa yang ditawarkan, selain itu juga dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meningkatkan kualitas dan kinerja karyawan, melebarkan wilayah promosi, membukan cabang baru di luar kota Palembang, serta mengembangkan produk atau jasa yang ditawarkan dengan memberikan gaya produk atau jasa baru bagi pelanggan, dan menjaga kualitas produk atau jasa yang lama serta kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

### 5.3 Dokumentasi



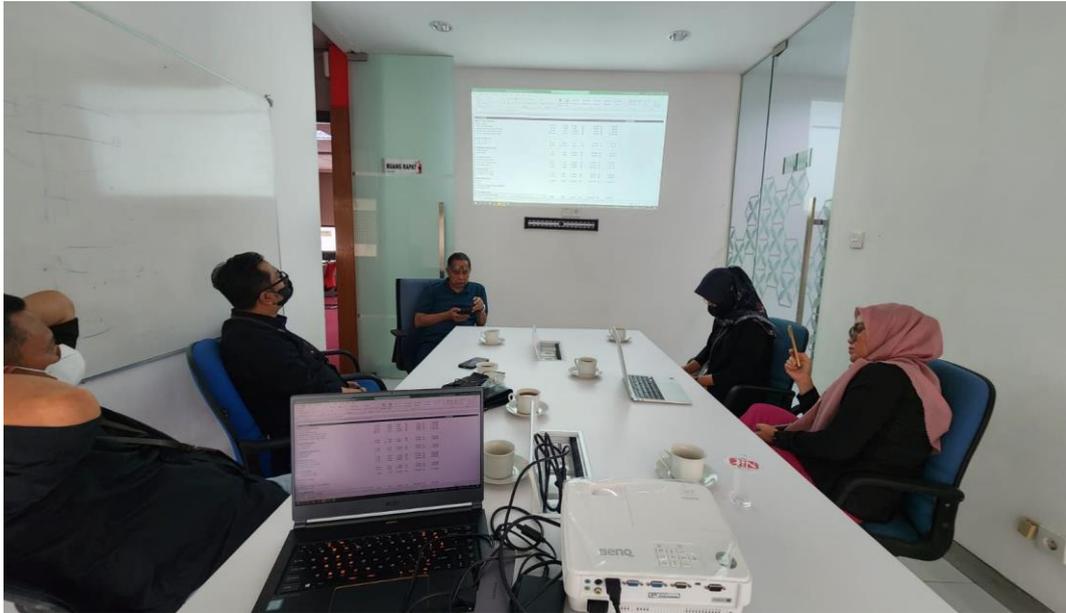
Gambar 5.1 Wawancara Bapak Bobi (Direktur) R7

Sumber : Dokumentasi Pribadi Peneliti



Gambar 5.2 Wawancara Bapak Agus (General Manager) R7

Sumber : Dokumentasi Pribadi Peneliti



Gambar 5.3 Meeting Bersama (*Client*) R7

Sumber : Dokumentasi Pribadi Peneliti



Gambar 5.4 Persiapan Dan Gladi Resik Sebelum *Event*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Peneliti



5.5 Pelaksanaan *Event* Metamorphosis BRI

Sumber : Dokumentasi Pribadi Peneliti



5.6 Pelaksanaan *Event* Podcast Bri

Sumber : Dokumentasi Pribadi Peneliti