

## BAB V

### KESIMPULAN IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya. Penulis menarik kesimpulan bahwa model bisnis yang digunakan oleh Victory Adventure yaitu *business to customer*. Hal tersebut dapat dilihat dari Victory Adventure melakukan kegiatan pemasaran secara langsung melalui periklanan dan *repeat order* dari konsumen yang pernah menggunakan jasa Victory Adventure.

- 1 Strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan Victory Adventure terbilang baik dapat dilihat dari beberapa aspek/bentuk komunikasi pemasaran yang sudah diaplikasikan selama ini seperti dalam hal bauran komunikasi pemasaran (*advertising, personal selling, direct marketing, event & experience, dan interactive marketing*).
- 2 Terdapat beberapa strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam kegiatan pemasaran oleh Victory Adventure seperti (*sales promotion, public relation, word of mouth*). Juga belum memaksimalkan elemen elemen pemasaran sebagai berikut: *segmentation* Dengan mengetahui segmentasi mana yang akan ditargetkan, maka Victory Adventure bisa menyiapkan jasa yang sesuai sekaligus strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk segmentasi pasar yang ingin dicapai; selanjutnya *targeting* dimana Victory Adventure dapat melakukan inovasi pada jasa unggulan khususnya *team building* dengan menyesuaikan berbagai segmen pasar yang berfokus pada jasa yang ditawarkan ke berbagai segmen pasar, & *positioning* Victory Adventure dapat memilih dari beberapa bentuk *positioning* yang dianggap paling cocok dan kuat dengan mempertimbangkan tugas *positioning* itu sendiri, yang secara umum terdiri dari tiga tahap, yaitu mengidentifikasi sejumlah kemungkinan untuk unggul dalam bersaing membangun posisi. memilih keunggulan yang tepat untuk bersaing dan mengkomunikasikan secara efektif dan men-*delivery*-kan posisi yang dipilih terhadap pasar sasaran atau targeting.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang tepat dapat membantu dalam mengatasi masalah yang ada pada Victory Adventure. Implikasi dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran komunikasi pemasaran memiliki peran yang penting dalam proses pemasaran untuk meningkatkan penjualan Victory Adventure dan mengembangkan kesadaran konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh Victory Adventure sesuai kebutuhan konsumen.

Victory Adventure dapat mengaplikasikan bauran komunikasi pemasaran dalam proses pemasaran yang dilakukan sesuai dengan perencanaan yang tersusun dan tepat sasaran.

## 5.3 Rekomendasi

Dari hasil penelitian serta uraian di atas, berikut rekomendasi yang dapat peneliti berikan untuk beberapa pihak:

### A. Pemilik Victory Adventure

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti berpendapat bahwa Victory Adventure harus mempertahankan *advertising* sebagai strategi komunikasi pemasaran utama yang digunakan selama proses pemasaran Victory Adventure. Dan meningkatkan aspek bauran komunikasi pemasaran khususnya pada (*sales promotion, public relation, word of mouth*) serta memaksimalkan elemen-elemen pemasaran seperti *segmentation, targeting, dan positioning* agar dapat meningkatkan penjualan dan bersaing dengan kompetitor.

### B. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam tentang komunikasi pemasaran. Bisa diteliti lebih detail mengenai salah satu aspek strategi komunikasi pemasaran sehingga antara penelitian satu dengan lainnya bisa saling menguatkan dan saling melengkapi.