

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan, TweakMOVE! Kota Bandung memulai dengan menetapkan tujuan pemasaran yang jelas dan memberikan sebuah keunikan sekaligus kelebihan dengan akses layanan privasi kepada *non-member* untuk mendapatkan pengalaman yang berbeda dengan pusat kebugaran lainnya. Perencanaan ini melibatkan identifikasi audiens target melalui mapping manual untuk menentukan segmen pasar yang tepat. TweakMOVE!. Mereka juga menyusun anggaran dengan detail untuk memastikan efektivitas biaya dan serta merencanakan konten iklan yang sesuai. Pemilihan media yang tepat, seperti Instagram dan Facebook untuk target pasar yang relevan mendukung promosi yang mengarah pada program *free trial*.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan, TweakMOVE! mengimplementasikan berbagai elemen komunikasi pemasaran, termasuk promosi penjualan melalui booth, kolaborasi dengan komunitas olahraga, dan penggunaan kode *referral*. Promosi *booth* dilakukan di lokasi strategis seperti pusat keramaian yang dapat

menjangkau khalayak luas. Kolaborasi dengan komunitas olahraga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek. Kode *referral* digunakan untuk menarik anggota baru sekaligus memperkuat loyalitas anggota yang ada. Selain itu, iklan pada melalui media sosial akan dioptimalkan dengan *follow up* oleh *fitness consultant* kepada pengunjung yang tertarik pada program promosi tersebut sehingga *non-member* akan beralih menjadi pengguna tetap atau *non-member*.

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi, TweakMOVE! menilai efektivitas program free trial dengan memeriksa rincian pengeluaran dan pendapatan yang dihasilkan dari promosi program tersebut, serta efisiensi waktu dan biaya. Evaluasi dilakukan setelah program selesai untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai pelaksanaan dan hasilnya. Divisi *Sales, Marketing, dan Manager* terlibat dalam proses ini untuk memastikan bahwa semua aspek program khususnya *free trial* dapat diperiksa dan dinilai dengan tepat pada saat masa akhir program selesai. Evaluasi ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas program *free trial* dan mencapai hasil yang lebih baik dalam menarik minat bergabung *non-member*. Akses layanan privasi menjadi sebuah keunggulan Tweak MOVE! ditengah persaingan pasar akan tetapi program ini memiliki hambatan yang terjadi seperti *system booking* yang tidak fleksibel serta masa durasi program yang terlalu

singkat. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang terstruktur ini, TweakMOVE! berupaya untuk tidak hanya menarik perhatian calon anggota, tetapi juga memastikan bahwa program *free trial* mereka memberikan pengalaman yang positif dan memotivasi calon anggota atau *non-member* untuk bergabung sebagai member secara berkelanjutan.

TweakMOVE! menerapkan strategi komunikasi dengan pendekatan perencanaan yang baik dengan memanfaatkan layanan privasi untuk program *free trial* mereka. Proses ini melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan fokus pada analisis biaya, pendapatan, dan efisiensi yang melibatkan divisi Sales, Marketing, dan Manager pada setiap aktivasi program selesai. Hambatan pada program ini adalah kurangnya fleksibel pada calon member yang mengharuskan melakukan booking terlebih dahulu dan masa durasi program yang realtif singkat.

5.2 Saran

Setelah peneliti melakukan proses penelitian, Peneliti dapat memberikan beberapa saran yang membangun untuk perusahaan dapat dipertimbangkan oleh Tweak MOVE! di Kota Bandung untuk evaluasi ataupun kemajuan perusahaan untuk kedepannya, seperti berikut :

5.2.1 Saran Bagi Tweak! MOVE Kota Bandung

Untuk memaksimalkan promosi program *free trial* Tweak MOVE! di Kota Bandung, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Tweak MOVE! perlu membuat konten pada media sosial yang lebih berkualitas serta memperhatikan konsistensi untuk menciptakan brand awareness mengenai perusahaan yang mana dapat membuat Tweak MOVE! menjadi brand yang eksklusif.
2. Tweak MOVE! perlu untuk memberikan kesempatan yang lebih lama bagi calon anggota untuk mencoba keseluruhan fasilitas dan layanan yang ditawarkan dan mempertimbangkan untuk memperpanjang durasi program *free trial*. Dengan memberikan waktu lebih lama, *non-member* bisa lebih mengenal berbagai fasilitas dan pengalaman yang tersedia di Tweak MOVE!. Pada masa *free trial* Tweak

MOVE! yang relatif singkat, seharusnya bisa membuat program *free trial* tersebut menjadi compact dengan lebih mengedepankan sisi pelayanan dan komunikasi persuasif sehingga peserta *free trial* dapat tertarik bergabung menjadi member karena merasakan manfaat dari program tersebut.

3. Tweak MOVE! juga perlu memperbaiki sistem membership sesuai dengan visi Tweak MOVE! yang mengedepankan akses layanan privasi bagi member dimana peneliti menyarankan untuk membuat sistem batch agar semua masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi member tanpa harus mengorbankan identitas akses privasi gym tersebut. Hal ini dapat dicapai jika sisi eksklusifitas Tweak MOVE! sudah melekat di masyarakat. Menurut peneliti, Tweak MOVE! harus menjalankan saran pada poin pertama dan memperbaiki sistem agar pelayanan dirasakan oleh member menjadi pelayanan yang terbaik

Dengan menerapkan saran-saran ini, Tweak MOVE! diharapkan dapat meningkatkan efektivitas promosi program *free trial* dan menarik lebih banyak calon anggota atau *non-member* untuk mengikuti program ini, serta menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi *non-member*.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Berikutnya

1. Peneliti di masa depan disarankan untuk menyelidiki lebih dalam mengenai strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dalam mengembangkan program komunikasi, dengan mengidentifikasi potensi masalah yang mungkin timbul

di masa mendatang. Hal ini akan memberikan wawasan yang berbeda dan berdampak pada efektivitas program tersebut.

2. Peneliti juga dianjurkan untuk memperluas pengetahuan mereka mengenai penelitian serupa, karena bidang ilmu ini terus berkembang tanpa henti. Penting untuk terus memperbarui literasi agar penelitian tetap relevan dan sesuai dengan perkembangan terbaru di bidang tersebut