

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti jelaskan mengenai **Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Business Development PT Excommerce Digital Indonesia Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Business Development PT Excommerce Digital Indonesia Bandung Dalam Menarik Minat Klien)**, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- 1) Penetapan Sasaran yang dilakukan oleh divisi business development PT Excommerce Digital Indonesia Bandung dalam menarik minat klien UMKM menggunakan aktivasi atau program yang dibuat oleh pihak perusahaan, salah satunya dengan program mengedukasi kepada para pelaku usaha UMKM kemudian diharapkan dari beberapa peserta akan lanjut dan tertarik bekerja sama dengan perusahaan. Penetapan sasaran yaitu UMKM, *Local Brand*, serta *Corporate* karena PT Excommerce Digital Indonesia ingin memajukan para pelaku usaha tersebut go to digital dan dapat mengembangkan perusahaan tersebut ke arah yang lebih baik.
- 2) Tujuan divisi business development PT Excommerce Digital Indonesia Bandung dalam menarik minat klien UMKM. selain memberikan jasa digital marketing, tujuan terbentuknya strategi komunikasi pemasaran

berupa aktivasi yang dibuat, agar sesuai dan bisa diminati oleh para pelaku usaha khususnya UMKM yang di inginkan oleh PT Excommerce Digital Indonesia. Dan tujuan dari pembuatan aktivasi tersebut agar mendapatkan link dari para peserta yang kemudian minat dan bekerja sama dengan perusahaan. Agar tercapai tujuan dari strategi komunikasi pemasaran divisi business development PT Excommerce Digital Indonesia membuat aktivasi atau menunjukan porto kepada audience atau calon klien nantinya dan dibuat semenarik mungkin dari sisi dan apa yang akan dibutuhkan si calon klien.

- 3) Pesan yang disampaikan oleh divisi business development PT Excommerce Digital Indonesia Bandung dalam menarik minat klien yaitu memberikan edukasi kepada audience untuk pengguna instagram dalam penggunaan bahasa inggris dan ada juga indonesia yang berbentuk konten. Dari sebuah konten berupa program kelas digital. Dan media sosial tiktok pesan yang disampaikan berupa konten hiburan.
- 4) Media yang digunakan oleh divisi business development PT Excommerce Digital Indonesia Bandung dalam menarik minat klien, dikarna media tersebut banyak digunakan untuk menyebar luaskan target para pelaku usaha yang dituju dan menginformasikan sesuatu seputar digital marketing yang dibuat oleh PT Excommerce Digital Indonesia.
- 5) Evaluasi yang dilakukan oleh divisi business development PT Excommerce Digital Indonesia Bandung selalu mengadakan diskusi perihal startegi yang direncanakan, dan harga jasa digital marketing,

evaluasi yang dilakukan strategi dan harga jasa dirasa harus disesuaikan dengan harga yang dirasa sesuai apa yang klien dapatkan dan bagaimana klien dapat tertarik dan terus bekerja sama dengan perusahaan. Dan dari evaluasi dari bulan ke bulan barulah terciptanya perencanaan yang matang untuk dipasarkan.

- 6) PT Excommerce Digital Indonesia dalam menarik minat klien sampai saat ini menggunakan beberapa strategi yaitu canvassing, referral, dan digital ads. Dari beberapa strategi tersebut tak heran kalau referral yang paling berpengaruh bagi perusahaan karna dengan hasil yang kita berikan secara maksimal dengan begitu klien puas. Karna dengan klien perusahaan memberikan hasil yang positif kepada perusahaan, klien yang lain akan melihat dengan begitu nama excommerce semakin lebih baik di publik.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian. Peneliti mampu menyampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh PT Excommerce Digital Indonesia.

5.2.1. Saran Untuk PT Excommerce Digital Indonesia

Dari uraian yang telah dijelaskan dan data yang didapat oleh peneliti selama melakukan penelitian PT Excommerce Digital Indonesia Bandung maka dengan segala hormat dan kerendahan hati peneliti untuk memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Untuk pemasaran yang dilakukan lebih di tingkatkan lagi seperti penggunaan di digital ads dari media sosial atau website. Lebih banyak

informasi mengenai porto perusahaan dengan gitu awareness mengenai media sosial perusahaan semakin meningkat. Walaupun perusahaan dengan strategi referral sangatlah ampuh tetapi penggunaan digital ads lebih dioptimalkan.

- 2) Dan coba untuk membuat campaign perusahaan, coba untuk menginklankan dari konten untuk menunjukkan kepada khalayak bahwa kualitas dari perusahaan bahwa SDM nya sangat kompeten dan berkualitas dengan begitu memungkinkan untuk para pelaku usaha tertarik dan ingin bekerja sama dengan agency.
- 3) Manfaatkan fitur-fitur pada media digital sekarang seperti instagram ataupun tiktok yang dimana lebih di maksimalkan.

5.2.2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

- 1) Peneliti harus menyiapkan diri untuk melakukan penelitian karena pada dasarnya perbedaan skripsi dengan tugas biasa itu jauh berbeda.
- 2) Peneliti harus memiliki semangat juang dan percaya diri yang lebih dalam melakukan penelitian agar tidak mudah menyerah dipertengahan jalan.
- 3) Peneliti saat berada di lapangan harus memiliki etika dan moral yang baik ketika melaksanakan wawancara, dikarenakan peneliti membawa nama baik universitas