

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam bidang strategi komunikasi pemasaran Oppo cabang Bandung maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan Oppo cabang Bandung pada Segmentasi Konsumen Menengah, melalui beberapa cara meliputi produk yang diproduksi, kegiatan promosi yang telah ditetapkan, lingkungan fisik yang telah disediakan, dan proses mekanisme yang telah dilakukan oleh Oppo cabang Bandung untuk menarik minat pengunjung di kalangan konsumen menengah dan menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

1. Produk yang ditawarkan oleh Oppo cabang Bandung pada segmentasi konsumen menengah memiliki beragam jenis pilhan *smartphone* bagi para pecinta *gadget* di Kota Bandung. *Smartphone* yang dibuatpun terbuat dari bahan yang berkualitas dan spesifikasi yang lengkap dimata pembelinya. Produk yang dimaksud adalah desain yang elegan, pilihan warna yang *eye catching*, performa *processor* yang dapat menjalankan segala aktifitas penggunaannya, dan tentu dengan harga yang relatif murah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pangsa pasar.
2. Kegiatan promosi Oppo cabang Bandung yang memengarah segmentasi konsumen menengahnya dalam memperkenalkan produknya,

mempromosikan promo *cashback* dan potongan harga yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke Oppo cabang Bandung. Sasaran target pasar konsumen menengah menjadi alat untuk pemasaran atau berinteraksi lebih intens dengan konsumen untuk meningkatkan frekuensi promosi yang dilakukan. Diharapkan pendekatan hubungan konsumen menengah pun akan menjadi lebih terjalin dengan Oppo cabang Bandung.

3. Lingkungan fisik/ sarana fisik merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh Oppo cabang Bandung. Pemilihan lokasi yang strategis dan juga bangunan yang merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah lagi konsumen pada sebuah *smartphone store* yang memiliki karakter tersendiri. Bangunan/ ruangan harus dapat menciptakan suasana dengan memperhatikan *ambiance* sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung, khususnya syarat dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung.
4. Oppo cabang Bandung melakukan proses komunikasi pemasarannya dengan mengarahkan konsumen pada keunggulan-keunggulan produk kelas menengahnya. Meyakinkan konsumen mengenai perbandingan apa saja pada keuntungan yang didapatkan terutama pada harga yang harus dikeluarkan, spesifikasi dan performa yang dimiliki produknya, dan promosi yang menguntungkan dan menciptakan kepuasan. Proses adalah semua proseduraktul, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan

untuk menyampaikan jasa. Proses dari Oppo cabang Bandung itu sendiri adalah melakukan komunikasi pemasaran pada segmentasi menengahnya melalui ketanggapan dan responnya kepada seluruh pelayanan yang diberikan, sebagai salah satu raja produsen *smartphone* yang dapat memahami dan mengarahkan kebutuhan yang terkait dengan produk dan pelayanan Oppo cabang Bandung. Proses komunikasi pemasaran Oppo itu sendiri telah mengikuti proses untuk memenuhi apa yang diinginkan individu dan kelompok melalui proses pertukaran barang atau jasa yang memiliki nilai tukar satu sama lain. Nilai tukar itu yang akan memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

Strategi komunikasi pemasaran Oppo cabang Bandung dilakukan secara maksimal baik secara *online* maupun *offline*. Dengan adanya para sales dan *promoter* dan juga media sosial, segmentasi konsumen menengah Oppo cabang Bandung tinggal memaksimalkan konsep dan fasilitas yang sudah ada untuk mengembangkan usahanya dan juga melihat dari sisi pangsa pasar yang dibutuhkan oleh para pecinta *gadget* di Kota Bandung

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Oppo cabang Bandung

1. Diharapkan kedepannya Oppo cabang Bandung bisa memperbanyak lagi ragam pilihan produk *smartphone* kelas menengah yang dikeluarkan, dan diinformasikan melalui media sosial dengan lebih sering, karena untuk saat ini kebanyakan konsumen *smartphone* lebih menganggap situasi dan suasana di media sosial sedang menjadi alternatif yang efektif dan mudah.
2. Sebaiknya akun media sosial Oppo cabang Bandung lebih dikembangkan dan dijalankan secara tetap, agar publik/konsumen bisa lebih mudah untuk mengikuti setiap informasi yang disampaikan oleh Oppo cabang Bandung. Dengan memiliki satu akun yang sudah mencakup keseluruhan tentang Oppo cabang Bandung dan produknya di media sosial yang ada .
3. Sebaiknya Oppo cabang Bandung dapat melakukan promosi yang lebih mengikuti kebutuhan konsumen menengahnya, mencari tahu kebutuhan apa yang menarik untuk para konsumen menengah agar lebih *aware* terhadap produk-produk *smartphone* Oppo cabang Bandung.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.

2. Peneliti harus jeli dalam menggali informasi mengenai strategi komunikasi pemasaran perusahaan karena hal tersebut merupakan suatu kegiatan krusial perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.
3. Penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran merupakan penelitian yang sedikit *sensitive* bagi sebagian perusahaan karena menyangkut strategi sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan yang diinginkannya yang bisa jadi bersifat rahasia, oleh karena itu lebih baik peneliti mengenal terlebih dahulu perusahaan yang akan diteliti.