

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah peneliti jabarkan mengenai **Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Veritra Sentosa Internasional Kota Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Veritra Sentosa Internasional Melalui *Event* “Orientasi Pebisnis Treni” Dalam Meningkatkan Jumlah Mitra)**, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- 1) Tujuan pemasaran yang dilakukan oleh PT. Veritra Sentosa Internasional melalui *event* “Orientasi Pebisnis Treni”, bukan hanya bertujuan untuk menjual lisensi Paytren saja namun adanya untuk mengedukasi mitra dan calon mitra tentang *system* MLM syariah agar tidak berpandangan buruk lagi terhadap sistem MLM, dan memotivasi mitra dan calon mitra agar lebih bersemangat dalam berbisnisnya, menjelaskan keuntungan *system* MLM syariah dan keuntungan menjadi mitra. Dan juga agar mitra dan calon mitra bisa memaksimalkan *gadget* untuk berbisnis. Setelah itu adalah menyediakan tempat bagi masyarakat yang gemar berbisnis dan membantu masyarakat yang ingin mempunyai penghasilan tambahan. Sehingga dapat menaikkan meningkatkan ekonomi masyarakat Indonesia.
- 2) Sasaran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Veritra Sentosa Internasional dalam menargetkan sasaran pemasaran dikelompokkan menjadi 3 segmentasi, ada segmentasi Geografis yaitu terdapat penetapan wilayah seluruh Indonesia. Segmentasi Demografis yaitu karyawan swasta untuk segala umur yang terpenting memiliki keinginan memaksimalkan *gadget* untuk mempunyai penghasilan tambahan. Terdapat target usia dan tingkat pendidikan, usia anak kuliah hingga

lanjut usia yang berarti sekitaran umur 18-50 tahun. Segmentasi Psikografis yaitu terdapat kebutuhan masyarakat di Indonesia yang aktif menggunakan *gadget* untuk memaksimalkannya sebagai bisnis sehingga dapat penghasilan tambahan, dan juga yang gemar berbisnis.

- 3) Pesan pemasaran yang dilakukan oleh PT. Veritra Sentosa Internasional seperti pada saat penyampaian pesan bahwa *system* jejaring MLM syariah itu tidak seperti yang dibicarakan diluar sana dan keuntungan menjadi mitra, pada saat itu PT. Veritra Sentosa Internasional menyampaikannya dengan cara melalui kegiatan *event* yang mereka buat. PT. Veritra Sentosa Internasional juga telah merancang sebuah pesan mengenai metode pemasarannya yaitu *personal selling*.
- 4) Dalam menyampaikan informasi melalui media PT. Veritra Sentosa Internasional menggunakan media elektronik yaitu Paytren TV dan untuk media sosial yaitu Website, Instagram, Facebook, *Whats-app*, dan Telegram, media tersebut dianggap sebagai media yang paling efektif untuk menjangkau para mitranya, selain efektif media tersebut pun dinilai sangat digemari oleh masyarakat Indonesia dalam arti mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi tersebut.
- 5) Pengembangan *promotional Mix* yang digunakan oleh PT. Veritra Sentosa Internasional dalam meningkatkan Jumlah mitra 4 bauran promosi PT. Veritra Sentosa Internasional yaitu periklanan yang dimana periklanan PT. Veritra Sentosa Internasional dilakukan dengan *trik* memanfaatkan *testimonial* mitra di Instagram dan dibagikan juga kepada mitra agar menjadi senjata mereka, Dalam upaya melakukan *Personal Selling* PT. Veritra Sentosa Internasional sebagaimana pembicara *event* “Orientasi Pebisnis Treni” mengajak pesertanya untuk menjadi mitra Paytren dengan secara langsung atau tatap muka. Dalam melakukan kegiatan untuk promosi *event*-nya PT. Veritra Sentosa Internasional mengadakan *event*

exclusive dimana pesertanya dibatasi karena pembicaranya Yusuf Mansur. Dikarenakan PT. Veritra Sentosa Internasional selalu sedekah kepada pesantren Darul Quran yang berada di Tangerang dan Bandung, lalu pesantren juga sering mengadakan mengaji dan yasinan bareng dengan masyarakat skitar, sehingga hubunganpun terjalin dengan baik. PT. Veritra Sentosa Internasional juga selalu menjaga komunikasi dengan para mitra, dikarenakan selalu ada mitra yang sengaja datang dari jauh hanya untuk ke kantor.

- 6) Cara PT. Veritra Sentosa Internasional yang menurut peneliti unik adalah dimana selalu mengadakan diskusi umum dengan karyawannya untuk memberi saran, dan yang rutin dilakukan adalah setelah kegiatan *event* selalu ada diskusi dengan para mitra, mitra pun diberi kesempatan untuk memberi saran atau merencanakan kegiatan *event* yang akan datang.
- 7) PT. Veritra Sentosa Internasional memiliki nilai lebih yang sangat diperlihatkan oleh PT. Veritra Sentosa Internasional ialah cara para pembicara dan panitia berinteraksi dengan sangat baik kepada mitra sehingga membuat para mitra betah berlama-lama dalam diskusi setelah berakhirnya *event* tersebut dan sangat memungkinkan itu bisa mempengaruhi peserta bergabung menjadi mitra PT. Veritra Sentosa Internasional, perbedaan *event* PT. Veritra Sentosa Internasional dengan *event* lainnya dimana PT. Veritra Sentosa Internasional memberikan pelayanan yang sangat ramah sehingga sudah dianggap keluarga walaupun mitra baru bergabung.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti mampu menyampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh PT. Veritra Sentosa Internasional dengan berikut:

5.2.1. Saran Untuk PT. Veritra Sentosa Internasional

Dari uraian yang telah dijelaskan dan data yang didapat oleh peneliti selama melakukan penelitian di PT. Veritra Sentosa Internasional maka dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Untuk aplikasi Paytren segera untuk diperbaiki *systemnya* dikarenakan ada beberapa mitra yang mengeluhkan tentang login ke aplikasinya terkadang suka *error*.
- 2) Untuk pemasaran PT. Veritra Sentosa Internasional coba untuk menggunakan promosi yang berbeda dari promosi yang sering digunakan saat ini, contohnya coba lebih maksimalkan dalam promosi di media onlinenya juga, seperti FB Ads, Google Ads dan IG Ads agar menjangkau orang yang lebih luas dan mencari kolam baru, jadi tidak harus selalu mengandalkan mitra – mitra untuk membawa calon mitra yang mau bergabung di PT. Veritra Sentosa Internasional, minimalnya dengan menggunakan pemasaran menggunakan media *online* banyak masyarakat yang belum tau menjadi tau paytren, yah karena di zaman sekarang promosi harus berani menggunakan cara yang berbeda.
- 3) Dan juga untuk sering – sering *campaign* tentang kelebihan MLM Syariah agar lebih banyak yang mengetahui kelebihan MLM Syariah jadi tidak hanya mitra – mitra yang mengetahui kelebihan dikarenakan itu hanya sering dibicarakan di *event* jadi hanya orang – orang atau mitra yang mengikuti *event* tersebut yang bisa mengetahuinya. Dengan menggunakan promosi di media online akan lebih cepat masyarakat bisa mengetahui PT. Veritra Sentosa Internasional membuka lapangan bisnis bersistem MLM syariah yang sudah bersetikat halal, minimal setidaknya masyarakat akan

percaya bahwa PT. Veritra Sentosa Internasional bukan perusahaan yang akan menipu mitra atau konsumennya seperti perusahaan bodong.

- 4) Dan tambahkan pembicara terkenal disetiap *event* nya agar lebih banyak masyarakat yang tertarik untuk mengikuti *event*. Setidaknya hadirkan orang – orang yang berhasil sukses dengan pengalaman pahit, sehingga mitra dan orang – orang yang sering mengikuti *event* “orientasi pebisnis treni” tidak merasa jenuh atau bosan saat menghadiri *event* tersebut, dan setidaknya bila menghadirkan orang – orang yang seperti itu dapat menaikkan semangat para mitra untuk lebih terpacu dalam menjalankan bisnisnya, dikarenakan saat manusia sedang berusaha untuk pekerjaan sudah jenuh atau tidak semangat, orang – orang seperti itu akan sangat membantu untuk menaikkan semangat para mitra ataupun calon mitra lebih bersemangat lagi dalam menjalankan bisnisnya, karena rata – rata masyarakat

5.2.1. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

- 1) Peneliti hendaknya menyiapkan diri untuk melakukan penelitian karena pada dasarnya terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara tugas penelitian dan tugas tugas menulis biasa.
- 2) Peneliti hendaknya disiplin dan menaati segala arahan dari para informan, juga hendaknya lebih aktif dan bersemangat selama melaksanakan penelitian sehingga menambah motivasi dalam diri dalam melakukan penelitian.

Peneliti harus bertanggung jawab, karena membawa nama baik kampus saat melakukan penelitian di lapangan.