

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh PT. Insera Sena (Polygon) . Dimana analisis ini dilakukan berdasarkan hasil wawancara, dan observasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Pada awalnya komunikasi pemasaran Polygon hanya menggunakan saluran tradisional seperti memasang iklan, mengadakan kegiatan, sales marketing, sales promotion. Dengan perkembangan jaman Polygon melakukan inovasi dengan merumuskan strategi komunikasi pemasarannya sendiri.

Event yang di selenggarakan berdasarkan jenisnya yaitu mingguan, special event, hingga gathetring dan coaching clinic adalah strategi yang lakukan Polygon pertama.

Kedua adalah publikasi online yang melihat masyarakat lebih dekat dengan gadgetnya sehingga Polygon memilih berkomunikasi melalui media sosial yang berdampak memasarkan produk. Sosial media yang digunakan adalah Facebook dan Twitter.

Yang teakhir adalah komunitas yang dimana dengan moto penjualan Polygon yang bukan hanya sekedar mengejar kuantitas melainkan memberikan edukasi dan nilai-nilai dalam sepeda maka dengan membentuk komunitas Polygon dapat menambah member media sosial polygon,

komunitas tersebut diberi nama polygoners. Polygoners ini mendatangkan loyalitas bagi Polygon.

Brand Polygon lebih terkenal dengan terbantunya polygoners sebagai marketing tambahan, namun Polygon juga tetap peduli dengan kebutuhan polygoners. Polygon memberi *support* setiap acara yang dibentuk oleh komunitas sendiri, Polygon juga berhubungan langsung dengan anggota komunitas polygoners dengan teknik pertemanan bukan membawa dirinya sebagai orang/ karyawan Polygon. Pertemanan yang tulus sehingga komunitaspun dapat menerima dengan baik orang Polygon serta Polygon dapat mengerti apa yang dibutuhkan oleh komunitas polygoners agar saling menguntungkan. Hal ini dapat disebut juga sebagai wujud kelayalitan konsumen dengan komunitas polygoners yang secara tidak langsung menjadi marketing dan cinta terhadap Polygon.

V.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya, kajian tentang strategi komunikasi pemasaran memang sudah banyak dijumpai, namun dalam kaitannya dengan loyalitas melalui komunitas masih sangat jarang dilakukan. Bagi peneliti yang hendak melakukan penelitian dengan tema yang sama, penulis berharap agar dalam melakukan penelitian dapat memperhatikan *brand* lain yang memiliki strategi komunikasi pemasaran dalam menjaga loyalitas konsumen. Penulis juga menyarankan bagi peneliti selanjutnya yang hendak mengambil *brand* Polygon sebagai objek penelitiannya, penulis menyarankan peneliti dapat menggunakan metode lain, misal

kuantitatif dan meneliti dari sudut pandang konsumen atau eksternal perusahaan

2. Bagi PT. Insera Sena, Penulis berpendapat bahwa implementasi konsep strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan sudah cukup baik dan menarik. Dimana strategi yang dipilih mengkombinasikan *tools* tradisional dan *tools modern* yang sesuai dengan perkembangan masyarakat sekarang. Pelaksanaan Event, Publikasi Online, Pembentukan Komunitas merupakan cara yang sangat efektif untuk menjaga loyalitas konsumen serta dapat menambah omset penjualan. Namun dalam setiap acara yang diselenggarakan kurang didapatnya sebuah evaluasi secara tim penyelenggara dan hasil dokumentasi acara yang kurang rapi dalam penyimpanannya. Bila evaluasi dan penyimpanan dilakukan secara teratur maka hal tersebut sangat berguna bagi kepentingan perusahaan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat komunikasi*.
Jakarta : Citra Aditya
- Iriantara, Yosol. 2013. *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*.
Bandung : simbiosis Rekatama media.
- Irawan, Wijaya Faried. 1996. *Pemasaran 2000*. Yogyakarta :BPFE
- Jill, Griffin.2005. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*.Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:
Kencana
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi pemasaran moderen*. Jogjakarta:
Cakra Ilmu
- M.A, Morissan, 2014. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta:
Prenadamedia Group
- Mulyana, Deddy.2010. *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*. Bandung
Rosakarya
- Norrman, K Denzin.2009. *Handbook Of Qualitative Research*.Pustaka
Pelajar Jogya
- Soemanagara,RD. 2008.*Strategic Marketing Communication*. Bandung:
Alfabeta
- Sutisna ,SE, ME. 2003. *Prilaku Komsumen Dan Komunikasi Pemasaran*.Bandung : Rosda
- Yin , Robbert K. 2009. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta:
Rajagrafindo Persada.

ONLINE:

<http://www.dedesuryadi.com/web/polygon-dari-sidoarjo-nggowes-ke-berbagai-penjuru-dunia/>.(diakses pada 31 April 2014 pukul 18.13).

<http://archive.kaskus.co.id/thread/9889911/0/funbike-polygoners-surabaya> (diakses pada 31 April 2014 pukul 19.44).

www.Polygonbikes.com

Facebook Polygoners Indonesia

<http://www.esquire.co.id/article/2014/9/799-Polygon-Ikuti-Eurobike-2014-di-Jerman> (diakses 22 maret 2015 15.14)

[/http://pedalku.com/baca/2015/03/25/memantapkan-langkah-menuju-dunia-internasional/](http://pedalku.com/baca/2015/03/25/memantapkan-langkah-menuju-dunia-internasional/) (diakses 30 Maret 2015.10.33)

<http://store-id.polygonbikes.com/panduan-memilih-sepeda.html> (diakses 30 Maret 2015 10.55)

PENELITIAN :

Arizal Monticelli Kadarsan. 2012 . *Strategi Komunikasi Pemasaran Roodebrug Di Surabaya*. Surabaya: Universitas Airlangga.

Renita Yulia Kuswindriati.. 2012. *Strategi Relationship Marketing Indosat East Java Bali Nusra (Ejbn) Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen*. Surabaya: Universitas Airlangga.

Nella Selviana . 2010. *Strategi Komunikasi Pemasaran Team Manajemen Wannabe Dalam Mempertahankan Eksistensi Komunitas Breakdance Dawn Squad Di Kota Bandung*. Suarabaya: Universitas Komputer Indonesia.

WAWANCARA :

Peter mulyadi. (11 Maret 2014, 4,9 Februari 2015, 30 Juni 2015). (stevani, Interviewer)

Dimas Sofyantoro. (15 Desember 2014, 11 Februari 2015).(stevani Interviewer)

Indra Ghrawita (9 Februari 2015)).(stevani Interviewer)

Sujud Sudrajat (11 Februari 2015)).(stevani Interviewer)