

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pemasaran merupakan sekumpulan rancangan kegiatan yang berkaitan untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan pengembangan, mendistribusikan, mempromosikan, serta menetapkan harga yang sesuai dari produk atau jasa untuk mencapai kepuasan pelanggan dan memperoleh keuntungan. Strategi pemasaran mencakup pengidentifikasian konsumen sasaran, menentukan peranan periklanan dan bauran promosi, menunjukkan tujuan dan besarnya anggaran promosi, memilih strategi kreatif, menentukan media, serta melaksanakan program tersebut dan mengukur efektifitasnya. Dalam kegiatan strategi pemasaran ini tidak luput dari kegiatan komunikasi yang merupakan faktor penting bagi pencapaian suatu tujuan organisasi bisnis seperti *Player's Pool 'n Lounge* Surabaya. Dari hasil penelitian ini, penulis memberikan simpulan yang sesuai dengan focus penelitian, sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Player's Pool 'n Lounge* adalah salah satu upaya agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta memberikan kesadaran kepada pelanggan tentang keberadaan *Player's Pool 'n Lounge*. Selain itu *Player's Pool 'n Lounge* dibuat sebagai sarana bagi peminat olahraga billiard, serta untuk mensosialisasikan olahraga billiard kepada khalayak umum, karena jenis olahraga ini masih terbilang baru di Indonesia. Dengan memberikan

kualitas produk dan pelayanan yang maksimal, *Player's Pool 'n Lounge* memiliki citra yang positif dimata konsumennya.

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan *Player's Pool 'n Lounge* menggunakan tiga tahapan yaitu:

1. Segmentasi. Yaitu dengan mengklasifikasikan konsumen yang tersebar dipasaran, yaitu para usahawan, mahasiswa dan wisatawan.
2. Targeting. Yaitu merupakan upaya menetapkan target pasar yang mau di bidik. Target konsumen yang dibidik oleh *Player's Pool 'n Lounge* adalah pelanggan loyal, komunitas, atlit dan juga member dari *Player's Pool 'n Lounge*.
3. Positioning. Untuk melakukan positioning diperlukan strategi yang tepat, karena ini berkaitan erat dengan bagaimana cara kita melakukan komunikasi agar dalam benak konsumen tertanam suatu citra tertentu. *Player's Pool 'n Lounge* memposisikan citra perusahaannya menjadi tempat billiard yang sporty dan juga menghibur.

Ketiga hal tersebut dilaksanakan dengan serangkaian elemen bauran komunikasi pemasaran guna menciptakan alternatif sarana olahraga billiard di Surabaya bagi khalayak umum khususnya pencinta olahraga billiard. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung *Player's Pool 'n Lounge* melakukan tiga elemen penting yang terdapat dalam bauran komunikasi pemasaran, yaitu :

2. Advertising (periklanan). Dalam hal ini merupakan media dalam periklanan *Player's Pool 'n Lounge*. Media tersebut meliputi media

cetak seperti surat kabar dan majalah, media elektronik seperti radio dan televisi, media luar ruangan seperti internet.

3. Sales promotion. Pihak Player's Pool 'n Lounge menggunakan sales promotion agar lebih memungkinkan terwujudnya pemasaran jasa yang sesuai dengan pemasaran relasional. Keunggulan dari personal selling adalah mampu menciptakan kontak dengan pelanggan. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan dapat menciptakan penjualan silang, yakni penjual dapat menawarkan produk-produk jasa lain kepada pelanggan.
4. Word of Mouth. Strategi ini lebih memiliki potensi besar untuk mencapai target Player's Pool 'n Lounge, karena WOM diterjemahkan dan dikemas dalam bentuk simbol sebelum disampaikan melalui saluran komunikasi ke penerima pesan yang kebanyakan merupakan orang-orang yang membutuhkan informasi tentang Player's Pool 'n Lounge.

Ketiga elemen yang digunakan ini cukup efektif dalam mempromosikan layanan yang ditawarkan *Player's Pool 'n Lounge*. Pihak perusahaan pada dasarnya tidak terlalu memprioritaskan promosi dalam bentuk advertising, akan tetapi lebih menekankan melalui word of mouth, sehingga saat penulis melakukan penelitian agak kesulitan untuk memperoleh beberapa dokumentasi promosi yang dilakukan dalam periklanan. Ini dikarenakan pihak manajemen pun tidak melakukan penyimpanan dokumentasi secara kontinyu.

1. Dalam dunia pemasaran, pihak *Player's Pool 'n Lounge* sebagai pelaku industri perlu melakukan penyesuaian pendekatan agar lebih cepat, lebih baik, dan lebih menarik. Pihak *Player's Pool 'n Lounge* menggunakan Facebook dapat mempromosikan atau mengiklankan *fan page* mereka. Iklan Facebook merupakan iklan dengan jangkauan yang luas hingga dapat mencapai target 1 miliar pengguna di seluruh dunia. Dalam iklan Facebook, pihak *Player's Pool 'n Lounge* memiliki *fan page* yang memungkinkan untuk para pelanggan memberikan *like* atau menjadi penggemar atas *fan page* tersebut, dan *fan page* tersebut dapat berupa perusahaan, produk layanan, individu, merek dagang, dan lain sebagainya, demi membuat iklan yang dibuat menjadi lebih efektif dan tepat pada sasaran. Selain itu, pesan non personal yang dilakukan *Player's Pool 'n Lounge* lebih identik kepada promosi yang dilakukan disetiap event yang diadakan. Apabila *Player's* mengadakan event tournament baik itu tingkat lokal maupun nasional, secara tidak langsung ajang ini dijadikan sebagai sarana promosi kepada khalayak akan keberadaan *Player's Pool 'n Lounge*.

B. Rekomendasi

Player's Pool 'n Lounge merupakan bidang usaha yang bergerak di bisnis rumah billiard yang memiliki kelebihan dan kekurangan seperti halnya pada perusahaan lainnya. Dengan melalui serangkaian kegiatan strategi komunikasi pemasaran, *Player's Pool 'n Lounge* mampu menjangkau serta meningkatkan jumlah pengunjungnya. Akan tetapi

walaupun telah melakukan strategi yang baik, tidak ada salahnya penulis mencoba memberikan sedikit saran agar perusahaan dapat melakukan kegiatan strategi komunikasi pemasaran dengan lebih baik. Berikut beberapa saran dari penulis :

1. Dalam promosi media elektronik maupun cetak sebaiknya selalu menjalin kerjasama dengan beberapa media nasional maupun lokal, agar promosi dapat berjalan secara berkelanjutan.
2. Dalam kegiatan komunikasi pemasaran sebaiknya menggunakan tools elemen bauran komunikasi pemasaran lainnya seperti personal selling, direct marketing dan juga public relations.
3. Untuk promosi melalui internet, sebaiknya *Player's Pool 'n Lounge* membuat website khusus, sehingga sarana promosi yang diberikan lebih lengkap dan mudah untuk dijangkau khalayak luas.

Melakukan evaluasi khususnya bidang komunikasi pemasaran yang telah dilakukan. Merencanakan strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan mempertahankan positioning perusahaan, sehingga masyarakat akan selalu ingat dan tetap loyal kepada *Player's Pool 'n Lounge*.