

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dipaparkan di atas, setelah melakukan analisis dan membahas tentang strategi komunikasi pemasaran. Telkom Speedy dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran Telkom speedy yang telah dilaksanakan selama ini dinyatakan sudah berjalan lancar. Harapan dan tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai melalui strategi komunikasi pemasaran Telkom Speedy yang dilakukan. Keberhasilan pencapaian tujuan pemasaran sebagai bukti bahwa strategi yang diperoleh sudah efektif. Pencapaian tujuan oleh Telkom Speedy dengan strategi yang dipilih menggunakan pengorbanan sumber daya keuangan maupun waktu yang relatif kecil dibandingkan dengan hasil yang dicapai, sehingga hal ini menunjukkan adanya efisiensi dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran *Telkom Speedy*.
2. Strategi komunikasi pemasaran *Telkom Speedy* dalam menghadapi persaingan di bidang telekomunikasi dapat berjalan dengan baik karena *Telkom Speedy* dalam kenyataan masih tetap eksis dan berkembang. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemilihan strategi komunikasi pemasaran dalam menghadapi pesaing sudah tepat.

3. Telkom Speedy dalam melakukan komunikasi pemasaran, strategi yang dipilih berupa bauran pemasaran. Strategi ini meliputi produktivitas yang bermutu, harga tarif terjangkau, promosi yang gencar, pelayanan yang memuaskan dan distribusi konsumen secara cepat dan tepat. Produk-produk Telkom Speedy dengan memilih strategi bauran pemasaran selalu diupayakan mempunyai nilai unggul dibandingkan dengan produk-produk pesaingnya. Harga produk Telkom Speedy ditekan serendah mungkin, dengan tetap menjamin perolehan keuntungan yang wajar, sehingga dirasakan oleh pelanggan cukup murah dan terjangkau.

 Telkom Speedy juga selalu gencar dalam berpromosi sebagai bagian dari strategi bauran pemasaran, sehingga dikenal betul oleh semua lapisan masyarakat maupun kelompok masyarakat. Kualitas pelayanan juga menjadi strategi dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan mengutamakan mutu pelayanan. Strategi komunikasi pemasaran yang dipilih oleh telkom Speedy yakni bauran pemasaran dilakukan melalui langkah-langkah identifikasi sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan dan memilih saluran komunikasi yang efektif. Identitas sasaran dimaksudkan agar pelaksanaan komunikasi pemasaran sesuai dengan kebutuhan pasar. Berdasarkan hasil identifikasi sasaran pemasaran, maka dapat ditentukan tujuan komunikasi yang ditetapkan agar arah komunikasi menjadi jelas dan terukur keberhasilan.

Selanjutnya dengan mengacu pada tujuan yang ingin dicapai, dirancanglah sebagai dasar untuk menentukan saluran komunikasi yang efektif. Saluran komunikasi yang digunakan adalah media: televisi, media cetak dan media luar ruang.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisa data dan kesimpulan yang telah dikemukakan dapat disusun beberapa saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan telkom Speedy dalam meningkatkan efektivitas strategi komunikasi pemasaran.

1. Strategi komunikasi pemasaran telkom Speedy sudah baik, efektif dan efisien namun perlu dicermati perkembangan tuntutan kebutuhan masyarakat dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang melahirkan tuntutan baru dan berbagai perubahan yang perlu direspon oleh Telkom Speedy dengan baik sehingga memberikan jawaban yang memuaskan pada semua pihak. Suatu strategi dalam komunikasi pemasaran yang sekarang sudah baik, efektif dan efisien sangat dibutuhkan sekali di masa-masa mendatang. Cara yang harus ditempuh adalah riset, desain produk dan pemasaran.
2. Bertolak dari hasil penelitian bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Telkom Speedy dengan memiliki strategi bauran pemasaran agar selalu relevan dengan tuntutan perkembangan di masyarakat luas perlu diawali dengan riset untuk mengetahui tuntutan kebutuhan

pemasaran sebagai dasar untuk mendesain produk guna memenuhi tuntutan kebutuhan masyarakat luas, sehingga masyarakat menjadi puas sedangkan PT. Telkom tetap eksis maju dan berkembang.