Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Bengawan Solo Coffee merupakan bidang usaha yang bergerak dibisnis *coffee shop,* merupakan salah satu yang menggunakan aktivitas *direct marketing* dalam meningkatkan jumlah pengunjungnya. Dengan melalui serangkaian kegiatan pada salah satu elemen *promotion mix*, yaitu *direct marketing.* Bengawan Solo Coffee mampu menjaring serta meningkatkan jumlah pengunjungnya, sesuai dengan perencanaan dan bentuk implementasi yang telah disusun serta dijalankan.

Bentuk perencanaan serta implemntasi yang dijalankan Bengawan Solo Coffee didasarkan pada bentuk kegiatan dari konsep *direct marketing.* Kegiatan dari konsep *direct marketing* yang telah dilakukan Bengawan Solo Coffee, antara lain *face to face, telephone marketing, direct mail marketing, catalog, direct response television marketing, kios k marketing,* serta *online marketing*.

Kegiatan dari konsep *direct marketing* yang paling menonjol atau dapat dikatakan paling sering diterapkan oleh Bengawan Solo Coffee ialah kegiatan *telephone marketing*, *direct mail marketing*, serta *online marketing*. Kegiatan tersebut paling sering digunakan dikarenakan, Bengawan Solo Coffee telah memiliki *database.* Melalui *database* tersebut

Implementasi Direct..., Eirene Ribka Marry Sinurat, FIKOM UMN, 2015

membuat beberapa kemudahan dalam melakukan *follow up* serta mempromosikan produk dari Bengawan Solo Coffee.

Sedangkan beberapa kegiatan lain dari konsep *direct marketing* kurang digunakan dan dijalankan oleh Bengawan Solo Coffee, antara lain *face to face*, *catalog*, *direct response television*, dan *kios k marketing*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis di Bengawan Solo Coffee dengan judul "Aktivitas direct marketing Bengawan Solo Coffee 2013", maka penulis memberikan beberapa saran yang mungkin dapat menjadi pertimbangan selanjutnya :

5.2.1 Akademis

1. Untuk acuan bagi peneliti lain yang ingin membahas mengenai konsep *direct marketing*. Penelitian lain dapat membahas lebih dalam elemen-elemen yang terdapat dalam *promotion mix* tidak hanya membahas mengenai *tools* dari *Marketing Communicatioin* ataupun komunikasi pemasaran.
2. Untuk penelitian lain juga dapat mengangkat objek penelitian Bengawan Solo Coffee dengan tema yang berbeda ataupun membahas lebih *detail* elemen lain dari *promotion mix*.

5.2.2 Praktis

Implementasi Direct..., Eirene Ribka Marry Sinurat, FIKOM UMN, 2015

1. Bengawan Solo Coffee sebaiknya memperkuat kegiatan *direct marketing* lain, seperti *face to face*, *catalog*, *direct response television marketing*, serta *kios k marketing*. Agar kegiatan dari konsep *direct marekting* dapat sepenuhnya berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat.
2. Bengawan Solo Coffee sebaiknya merencanakan sebuah strategi yang berbeda dari kompetitor lainnya sehingga dapat menarik lebih banyak pengunjung.

1) Perencanaan dalam mengembangkan promosi harus dilakukan secara sustainable dengan konsep yang akan dipilih atau ditentukan namun tetap disesuaikan dengan tujuan utama Bengawan Solo Coffee, yaitu menciptakan rasa yang men-Indonesia.
2) Implementasi melalui kegiatan *direct marketing* sebaiknya tidak hanya terfokus pada tingkat pelanggan saja, tetapi juga kepada kegiatan pengembangan citra dan *branding*.
3) Pesan dan informasi yang ingin disampaikan sebaiknya diformulasikan secara lebih spesifik, agar apa yang diinginkan perusahaan dapat langsung diterima dan mendapat antusiasme yang lebih besar lagi.

Implementasi Direct..., Eirene Ribka Marry Sinurat, FIKOM UMN, 2015

4) Analisis situasi atau riser sebaiknya dilakukan lebih mendalam lagi agar sasaran publik dapat mendukung efektifitas program *promotion mix*.

Implementasi Direct..., Eirene Ribka Marry Sinurat, FIKOM UMN, 2015