



### **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.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dari hasil wawancara dengan narasumber terkait, serta didukung oleh sumber lain seperti dokumen-dokumen. Dalam bab ini peneliti menarik kesimpulan yang mengacu dan merujuk pada tujuan penelitian.

Lubana Sengkol Outbound dalam menjalankan bisnis outbound-nya telah menggunakan dan memanfaatkan berbagai macam kanal komunikasi, kecuali untuk media elektronik dalam menyampaikan informasi. Diantara semua kanal yang dipakai, *personal selling* merupakan kanal yang paling efektif dan yang paling unggul dalam menarik minat pengunjung, apalagi *personal selling* yang dilakukan *door to door*, *roadshow* dan presentasi ke sekolah-sekolah dan perusahaan. Dalam menyampaikan informasi kemudian mempersuasi calon pengunjung melalui *personal selling*, tim *marketing* Lubana Sengkol Outbound lebih bebas dan leluasa sehingga pada akhirnya mampu menarik banyak pengunjung melalui cara tersebut.

Dilihat secara umum, dapat disimpulkan bahwa Lubana Sengkol Outbound telah mengarah pada praktik *Integrated Marketing Communication*. Namun, dari banyak kanal yang digunakan hanya kanal-kanal tertentu saja yang dilakukan secara maksimal. Misalnya publisitas, Lubana Sengkol Outbound masih belum memanfaatkan fungsi publisitas secara maksimal, dan Lubana Sengkol Outbound

juga tidak memiliki fungsi *public relations* sendiri padahal jika dilihat dari sepek terjangnya banyak sekali program-program yang menarik dan baik bila dipublikasikan dan memanfaatkan fungsi publikasi secara maksimal.

Namun disamping itu, komunikasi pemasaran yang dilakukan Lubana Sengkol Outbound menurut M. Roziano dan Yuda Hidayat membuahkan hasil yang sangat maksimal walaupun kanal-kanalnya digunakan kurang maksimal. Ditahun 2015, Lubana Sengkol Outbound berhasil menyerap lebih banyak 50% dibandingkan tahun sebelumnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi pemasaran berhasil dalam menyerap banyak pengunjung.

Berdasarkan hasil penelian dan wawancara, walaupun Lubana Sengkol Outbound belum memanfaatkan kanal komunikasi pemasaran secara maksimal. Namun kanal-kanal komunikasi pemasaran tersebut sudah dipakai dan dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan dan juga kemampuan dari Lubana Sengkol Outbound. Dan ini terbukti dengan berhasilnya Lubana Sengkol Outbound dalam menarik minat pengunjung dan mendapat kepercayaan cukup besar dari para pengunjung untuk menggunakan Lubana Sengkol Outbound sebagai tempat berwisata *outbound*.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan diatas, terdapat beberapa saran untuk Lubana Sengkol Outbound, yaitu:

Dalam menjalankan kanal-kanal komunikasi pemasaran, Lubana Sengkol Outbound harus secara maksimal, lebih terstruktur dan juga terencana dengan baik sehingga antara kanal satu dan kanal lainnya saling mendukung dan tidak ada yang berfokus dan menitik beratkan satu kanal saja.

Pemanfaatan *website* juga harus dilakukan secara maksimal, mengingat bahwa sekarang telah memasuki era *new media* atau *digital marketing* di mana *website* ini digunakan dan menjadi sangat penting untuk masyarakat dalam mendapatkan informasi mengenai perusahaan tertentu. Oleh sebab itu, kelengkapan informasi kemudahan dalam mengakses informasi dan daya tarik dari *website* tersebut harus diberi perhatian khusus agar pemanfaatannya dapat digunakan secara maksimal meskipun pada hasilnya Lubana Sengkol Outbound dapat melebihi target pencapaian.

Tidak hanya itu, pemanfaatan fungsi *public relations* juga harus dilakukan dan tidak hanya mengandalkan sistem *win-win solution*. Karena seperti yang kita ketahui, fungsi dari publisitas atau *public relations* ini sangat baik untuk melindungi citra perusahaan dan produk-produknya. Dengan demikian fungsi publisitas ini juga mampu mengevaluasi sikap masyarakat dan mendistribusikan informasi dan komunikasi agar dapat terbangun *goodwill*.

Dalam menjalankan program komunikasi pemasaran terpadu, sebaiknya Lubana Sengkol Outbound menggunakan sebuah dokumen atau file khusus untuk merangkum semua proses dari mulai perencanaan, implementasi sampai dengan

evaluasinya. Agar kelak tujuan dari strategi yang akan dibuat selanjutnya dapat dipatok secara jelas, dan tolak ukur pun akan lebih jelas.