

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul Strategi Komunikasi United Tractors dalam memperkenalkan produk Komatsu HB 365 – 1, dapat disimpulkan bahwa departemen *Marketing Communication* berhasil untuk merancang dan mengeksekusi program promosi sesuai rencana. Diawali dengan menganalisa permasalahan yang ada hingga menentukan tujuan dari pemasaran dari produk Komatsu HB 365 – 1. United Tractors dalam mempromosikan produk Komatsu HB 365 – 1 ini memiliki tujuan untuk mengajak konsumen agar beralih ke produk alat berat *hybrid* dalam mengurangi polusi udara, selain itu United Tractors juga ingin melepaskan *issue* negatif dari masyarakat tentang perusahaan alat berat yang menghancurkan lingkungan.

Dalam bidang usaha *Business to Business*, United Tractors menggunakan *push strategy* melalui kegiatan yang dilakukan oleh *Business Consultant* dengan melakukan pendekatan secara *personal selling*. *Business Consultant* melakukan pendekatan dengan mengunjungi setiap perusahaan dan melakukan identifikasi kebutuhan serta memberikan saran penggunaan alat berat yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. United Tractors juga menggunakan *pull strategy* melalui kegiatan yang dilakukan oleh departemen *Marketing Communication*. Pendekatan oleh departemen *Marketing Communication* dilakukan dengan cara beriklan pada *online and social media marketing, advertising, public relations and publicity* dengan melakukan penyebaran *press release* pada media, hingga keikutsertaan dalam kegiatan *events and experience*.

Dalam melakukan *pull strategy*, United Tractors bekerja sama dengan *influencer* untuk promosi pada *online and social media marketing*. Kerja sama dijalankan dengan tujuan dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas. Dalam beriklan, United Tractors memanfaatkan *paid channel* pada mesin pencarian *SEO* di Google. Dalam *public relations and publicity*, United Tractors melakukannya

dengan memberikan *press release* terkait produk kepada media agar dimuat di halaman media tersebut, selain itu United Tractors juga mengunggahnya di *microsite* perusahaan yang juga berisikan deskripsi dari produk – produk yang dinaungi oleh United Tractors. Dengan berjalannya program promosi terhadap memperkenalkan produk Komatsu HB 365 – 1, United Tractors memperoleh respon positif dari konsumen yang menyatakan bahwa konten – konten yang dibuat cukup lengkap dan mengedukasi konsumen.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Kajian ini dapat dijadikan tolak ukur bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap peneliti selanjutnya dapat secara kualitatif mempelajari konsep atau objek yang serupa. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menjelaskan konsep atau objek serupa secara lebih luas, lebih terukur, dan lebih komperhensif

5.2.2 Saran Praktis

Saran kepada United Tractors adalah dapat meningkatkan kegiatan strategi komunikasi pemasaran yang belum pernah dilakukan. Selain itu, diharapkan United Tractors dapat mempertahankan program promosi yang sudah berjalan dengan baik dan memperbaiki kesalahan pada program promosi yang berjalan kurang baik.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A