

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1.Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) Pada Perusahaan Jasa Keuangan (Studi Kasus Pada PT Panin Asset Management) terdapat beberapa kesimpulan. Dalam rangka menghadapi persaingan bisnis yang ketat, PT Panin Asset Management telah berhasil menerapkan strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dengan menciptakan keseragaman komunikasi di seluruh platform media sosial. Melalui pendekatan ini, perusahaan menasar peningkatan jumlah nasabah, pertumbuhan AUM, dan standarisasi dalam pemasaran produk. Implementasi IMC melibatkan elemen-elemen seperti public relations sosial media, analisis audiens, core bisnis, dan iklan. PT Panin Asset Management menyesuaikan penerapan IMC berdasarkan karakteristik demografi dan kebutuhan audiens, serta membaginya berdasarkan tujuan pemasaran, baik untuk penjualan maupun kesadaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Panin Asset Management berhasil menciptakan brand identity yang konsisten melalui aplikasi Iprosper dan iklan perusahaan, dengan fokus komunikasi yang disesuaikan dengan konteks yang berbeda. Tujuan utama penerapan IMC adalah meningkatkan jumlah nasabah baru dan menjaga AUM, sambil menyatukan semua komponen Komunikasi Pemasaran untuk memberikan keseragaman informasi kepada nasabah.

Penerapan IMC di PT Panin Asset Management melibatkan berbagai langkah-langkah, mulai dari perencanaan hingga pemilihan bauran promosi. Tantangan dan hambatan yang dihadapi perusahaan terutama terkait dengan keterbatasan sumber daya manusia, jenis produk yang bukan consumer goods, dan sulitnya mengimbangi kompetitor di media sosial. Meskipun demikian, PT Panin

Asset Management telah mencapai kesuksesan dengan mengukur performa melalui KPI, termasuk jumlah nasabah yang kembali investasi, pertumbuhan AUM, dan engagement media *followers*.

Perusahaan menegaskan pentingnya keseragaman dalam pemberian informasi, dengan menerapkan standar yang telah ditetapkan. Strategi IMC PT Panin Asset Management didasarkan pada langkah-langkah IMC Kotler, mencakup pengidentifikasian audiens, penentuan tujuan komunikasi, pembuatan pesan, pemilihan saluran komunikasi, penetapan anggaran komunikasi pemasaran, dan pemilihan bauran promosi. Dengan demikian, PT Panin Asset Management memandang IMC sebagai strategi integral yang mendukung pertumbuhan dan efisiensi komunikasi pemasaran di berbagai platform.

Namun, PT Panin Asset Management masih menghadapi beberapa hambatan, terutama dalam aspek teknologi. Keterbatasan sumber daya manusia dan kurangnya analisis terhadap media sosial menjadi tantangan utama. Selain itu, sulitnya mengimbangi kompetitor yang melakukan promosi masif, serta mayoritas konsumen yang tidak berorientasi pada media sosial, menjadi faktor yang memerlukan penyesuaian dalam strategi pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus melakukan penyesuaian dan meningkatkan analisis terhadap tren pasar dan media sosial untuk tetap bersaing di pasar yang dinamis.

## **5.2.Saran**

### **5.2.1. Saran Akademis**

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan inspirasi di dalam melanjutkan penelitian mengenai Integrated Marketing Communication. Peneliti selanjutnya bisa mengarah pada pengukuran konkret terhadap peningkatan Brand Awareness dan loyalitas pelanggan yang dihasilkan oleh implementasi IMC. Data kuantitatif, seperti statistik pertumbuhan jumlah pengguna aplikasi prosper, dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana IMC berkontribusi pada peningkatan kesadaran

merek dan apakah hal ini memengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap PT Panin Asset Management.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Berdasarkan penelitian ini, PT Panin Asset Management Untuk mendukung praktik implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) maka perusahaan sebaiknya menambah sumber daya manusia, karena faktor utama yang menjadi penghambat adalah kurangnya sumber daya manusia dimana banyak pekerjaan yang tidak di *handle* oleh ahli dibidangnya sehingga hasilnya kurang maksimal. Penting untuk memperkerjakan karyawan yang dapat menganalisa keinginan dan kebutuhan masyarakat sehingga kedepannya tujuan lebih terarah dengan target yang sesuai.

