

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Rocketchicken, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Rocketchicken meliputi beberapa tahapan seperti perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Secara perencanaan komunikasi pemasaran dilakukan dengan menetapkan tujuan komunikasi pemasaran yaitu membangun kesadaran merek sehingga target konsumen mengetahui terkait nilai perusahaan. Selanjutnya menentukan anggaran promosi dengan membuat proposal kegiatan, lalu membuat rancangan pesan komunikasi pemasaran serta menentukan alat komunikasi pemasaran yang akan digunakan.

Secara pelaksanaan divisi promosi dan pemasaran mengintegrasikan berbagai media seperti website dan media sosial dalam menjangkau audiens yang lebih luas, brosur sebagai media iklan, program tv sebagai publikasi dan direct marketing untuk menghubungi langsung target konsumen. Namun dalam pelaksanaannya, peneliti menemukan beberapa kekurangan dalam kuantitas dan kualitas media pemasaran. Dari segi kuantitas, jumlah media pemasaran beserta intensitas melakukan promosi yang dilakukan belum secara merata dilakukan pada setiap gerai Rocketchicken.

Evaluasi dilakukan dalam pertiga bulan dan pertahun hal ini dilakukan untuk mengkaji perkembangan atau pencapaian dalam kegiatan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan. Sehingga dapat dilakukan perbaikan atas kelemahan aktivitas komunikasi pemasaran.

B. Saran

Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Rocketchicken sejauh ini sudah cukup efektif. Namun untuk lebih mengoptimalkan pemasaran Rocketchicken kedepan, maka peneliti memberikan beberapa saran antara lain sebagai berikut:

1. Pihak pengelola Rocketchicken perlu menyusun standar khusus seperti standar pemasaran, penggunaan slogan atau *tagline* khusus Rocketchicken guna memberikan keseragaman bentuk pemasaran.
2. Pihak pengelola Rocketchicken perlu membentuk tim khusus untuk melakukan pengawasan rutin terkait dengan pemasaran dan produktivitas konsumen.
3. Pihak pengelola Rocketchicken beserta manajemen Rocketchicken perlu menjangring tanggapan langsung dari konsumen berupa kuesioner, survey maupun suara konsumen sebagai bahan evaluasi.
4. Pihak pengelola Rocketchicken perlu menambah media pemasaran khusus untuk pengembangan bisnis wiralaba Rocketchi

