

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Direct marketing atau Pemasaran Langsung memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan minat beli klien terhadap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan kreatif seperti Oasis Creative, terutama dalam konteks pembuatan buku tahunan untuk sekolah. Melalui pendekatan ini, Oasis Creative dapat memperkuat hubungan dengan klien potensial mereka, dalam hal ini, sekolah-sekolah yang menjadi target pasar mereka. Dengan melakukan kunjungan langsung ke sekolah-sekolah, tim Oasis Creative memiliki kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan pihak OSIS atau staf sekolah lainnya, yang memungkinkan mereka untuk membangun koneksi yang lebih dalam dan personal. Selain itu, melalui presentasi langsung, tim Oasis Creative dapat secara langsung memperlihatkan contoh-contoh hasil kerja mereka, memberikan gambaran yang jelas tentang kualitas layanan yang mereka tawarkan. Interaksi langsung ini membantu membangun kepercayaan antara Oasis Creative dan sekolah-sekolah tersebut, karena sekolah dapat melihat secara langsung bukti nyata dari kualitas dan kemampuan tim Oasis Creative dalam menghasilkan buku tahunan yang berkualitas.

Pendekatan negosiasi dalam *direct marketing* memainkan peran krusial dalam proses pengambilan keputusan bagi klien, terutama dalam konteks pembelian buku tahunan oleh sekolah. Negosiasi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mencapai kesepakatan, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan yang lebih baik antara CV Oasis Creative dan para kliennya. Dengan melibatkan klien dalam dialog terbuka, Oasis Creative dapat lebih memahami kebutuhan dan harapan mereka. Suasana kolaboratif ini menciptakan rasa saling menghargai, meningkatkan loyalitas klien terhadap layanan yang ditawarkan. Selain itu, negosiasi yang transparan terkait harga, kualitas produk, dan timeline pengiriman membantu membangun kepercayaan,

sehingga klien merasa yakin dan nyaman dalam membuat keputusan pembelian.

Melalui pendekatan negosiasi, keterlibatan klien dapat ditingkatkan, menciptakan rasa memiliki terhadap produk akhir yang dihasilkan. Ketika klien merasa terlibat dalam proses pembuatan keputusan, minat beli mereka cenderung meningkat. Proses negosiasi yang efektif juga memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih efisien, mengurangi waktu deliberasi dan mempercepat kesepakatan. Dengan demikian, implementasi strategi direct marketing yang mengintegrasikan pendekatan negosiasi menjadi kunci untuk menarik minat beli dan memperluas jangkauan pasar bagi CV Oasis Creative. Dengan membangun hubungan yang kuat, meningkatkan kepercayaan, dan melibatkan klien secara aktif, Oasis Creative dapat menciptakan nilai lebih yang berkelanjutan dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam industri pembuatan buku tahunan.

Selain memperkuat hubungan dan membangun kepercayaan, direct marketing juga berperan dalam meningkatkan keterlibatan klien potensial, dalam hal ini, sekolah-sekolah, dalam proses pembelian. Dengan berada di lokasi dan berinteraksi langsung dengan pihak sekolah, tim Oasis Creative dapat lebih mudah mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi sekolah dalam pembuatan buku tahunan. Hal ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan penawaran mereka secara lebih efektif sesuai dengan kebutuhan spesifik sekolah, yang pada gilirannya meningkatkan minat beli sekolah tersebut. Lebih jauh lagi, direct marketing juga memfasilitasi proses pengambilan keputusan yang lebih efisien bagi sekolah, karena tim Oasis Creative dapat memberikan informasi yang jelas dan konkret, serta membantu mengurangi keraguan atau ketidakpastian yang mungkin dimiliki oleh sekolah dalam memilih penyedia layanan pembuatan buku tahunan. Dengan demikian, direct marketing bukan hanya sekadar metode penjualan, tetapi juga merupakan strategi yang efektif dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan klien, meningkatkan keterlibatan mereka, dan memfasilitasi proses pengambilan keputusan yang lebih lancar dan efisien.

Dengan kata lain, *direct marketing* ini ternyata masih sangat relevan digunakan di era digitalisasi saat ini. Hal ini terbukti dari apa yang sudah dilakukan Oasis Creative terhadap kliennya selama memasarkan produknya. Dengan menggunakan pendekatan negosiasi, Oasis Creative mampu mengetahui apa yang diinginkan pelanggan dan membangun kepercayaan dengan calon klien. Kunjungan langsung tim Oasis ke sekolah-sekolah tidak hanya menjamin komunikasi terbuka, namun juga memfasilitasi proses negosiasi, dengan mengetahui preferensi klien terhadap produk yang ditawarkan Oasis Creative mampu menarik minat beli klien sehingga mencapai kesepakatan yang memuaskan kedua belah pihak.

B. Saran

Berdasarkan temuan dari pernyataan sebelumnya, Oasis Creative dapat mengambil beberapa langkah untuk meningkatkan strategi penjualan dan hubungan dengan klien potensial, seperti sekolah-sekolah. Pertama, Oasis Creative dapat terus meningkatkan keterlibatan dan koneksi personal dengan klien potensial melalui berbagai interaksi langsung, seperti kunjungan ke sekolah atau partisipasi dalam acara-acara komunitas. Dengan memperkuat hubungan ini, Oasis Creative dapat membangun kepercayaan yang lebih dalam dan memperluas jaringan klien potensial mereka. Selanjutnya, Oasis Creative perlu memperluas dan memperbarui portofolio mereka dengan karya-karya terbaru dan beragam. Ini akan memungkinkan mereka untuk menyajikan contoh-contoh hasil kerja yang relevan dan menarik bagi sekolah-sekolah, serta menunjukkan kemampuan mereka dalam menghasilkan karya-karya yang inovatif. Dengan mengambil langkah-langkah ini, diharapkan Oasis Creative dapat terus meningkatkan efektivitas strategi penjualan mereka dan memperkuat hubungan dengan klien potensial, sehingga memperluas pangsa pasar mereka dalam industri pembuatan buku tahunan.

Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang berfokus pada pengaruh hubungan personal antara Oasis Creative dan klien potensial dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Ini dapat melibatkan studi tentang peran kepercayaan dan keterlibatan personal dalam memengaruhi preferensi

pembelian, serta bagaimana interaksi langsung memengaruhi keputusan pembelian dalam jangka panjang.

