

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa PT. Engineering Career Center dalam upaya meningkatkan jumlah pengguna jasa yang ditawarkan melalui website *ecc.co.id* menggunakan tahapan strategi komunikasi pemasaran dengan menentukan segmentasi, targeting, dan positioning dan menggunakan strategi bauran pemasaran 7p yakni *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*. Dari hasil keseluruhan penelitian, menunjukkan bahwa dari ketujuh elemen pada bauran pemasaran terdapat 5 elemen yang paling relevan digunakan oleh PT. Engineering Career Center dalam upayanya menyusun strategi komunikasi pemasaran digital, 5 elemen tersebut yakni elemen *product, price, promotion, dan place* merupakan elemen yang paling berhasil dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa.

Elemen *product* dan *promotion* di ECC memiliki peran yang signifikan dalam menarik pengguna dengan melakukan pengembangan fitur atau inovasi dalam produk yang dapat menarik minat segmen pasar yang telah ditargetkan terbukti efektif. Selain itu, pengalaman konsumen yang positif atas penggunaan produk atau jasa juga membantu memperkuat hubungan jangka panjang dengan pengguna. Promosi yang dilakukan di *website* ECC yaitu dengan menunjukkan nilai tambah dengan menjelaskan mengapa produk atau layanan yang disediakan bermanfaat untuk pengunjung, menggunakan kalimat – kalimat ajakan yang mendorong pengunjung untuk melakukan suatu tindakan. Promosi yang disertai dengan *call-to-action* yang jelas mendorong konversi yang lebih tinggi.

Elemen *price* berperan untuk menunjukan preferensi penawaran harga produk layanan jasa yang ditawarkan. Penetapan harga yang bersaing dan sesuai dengan nilai yang dirasakan oleh pengguna menjadi elemen yang sangat penting. Harga yang fleksibel, misalnya dalam bentuk paket atau promosi harga khusus, dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Penawaran harga yang kompetitif, disertai

dengan komunikasi yang jelas mengenai manfaat produk atau jasa, berhasil menarik lebih banyak pengguna.

Kemudian Elemen *place* dan *physical evidence*, mempertimbangkan penggunaan platform digital *website* *ecc.co.id* yang sesuai, kemudahan akses, jangkauan yang luas, serta interaksi yang efektif dengan audiens. Pemilihan saluran distribusi melalui *website* dirasa tepat dan pengalaman pengguna yang optimal akan meningkatkan efektivitas pemasaran digital dalam menarik lebih banyak pengguna dan mendorong konversi pengguna jasa ECC. Elemen *physical evidence* berperan dalam menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik dan meningkatkan keberhasilan sebuah *website*. ECC menerapkan Elemen *physical evidence* di *website*-nya dengan memberikan bukti atau gambaran nyata tentang kualitas, kredibilitas, dan profesionalisme berupa desain *website* yang *up to date*, menampilkan testimoni dan ulasan pengguna, memberikan sertifikat dengan kredibilitas yang tinggi.

Kelima indikator tersebut dianggap paling efektif dan relevan dalam konteks pemasaran digital utamanya di *website* ECC, terbukti dapat memperkuat daya tarik produk atau jasa, meningkatkan kepercayaan pengguna dan calon pengguna, serta memaksimalkan konversi pengguna. Oleh karena itu, pengelolaan yang cermat dan konsisten pada Sehingga strategi komunikasi pemasaran digital yang sedang dijalankan di *website ecc.co.id* dapat memberikan impact positif bagi perusahaan utamanya pada peningkatan jumlah pengguna jasa PT. Engineering Career Center.

5.1. Saran

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran penelitian dengan harapan agar dapat membantu perusahaan PT. Engineering Career Center (ECC) dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa sebagai berikut :

5.1.1. Saran Praktis

1. Untuk PT. Engineering Career Center (ECC) peneliti berharap untuk strategi komunikasi pemasaran digital yang telah efektif diterapkan dapat lebih ditingkatkan lagi baik dari segi inovasi dan dapat memaksimalkan penerapan strategi bauran pemasaran secara keseluruhan.
2. Melakukan *upgrade* pada setiap kebutuhan yang lebih relevan, mengingat perkembangan teknologi yang semakin pesat banyak perusahaan kompetitor yang hampir menyamai kedudukan dari ECC.
3. Memaksimalkan kegiatan yang ada di *website* melalui bantuan dari sosial media yang dimiliki oleh ECC untuk membantu mempromosikan ke audiens.

5.1.2. Saran Akademis

1. Bagi peneliti yang ingin meneliti di PT. Engineering Career Center (ECC) disarankan untuk meneliti lebih lebih dalam terkait pemakaian strategi bauran komunikasi pada indikator yang belum sepenuhnya efektif seperti *people*, *proses*, dan *physical evidence*.
2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan, pengetahuan, serta acuan terkait dengan strategi komunikasi pemasaran pada platform digital.