

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Baturraden Adventure Forest, mengenai model komunikasi pemasaran, dapat ditarik kesimpulan berdasarkan pada data yang didapat selama proses penelitian berlangsung, serta hasil kajian yang sudah diuraikan pada pembahasan hasil penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Pada pembentukannya BAF tidak berdiri sendiri terdapat *stakeholder* yang terlibat antara lain, Perum Perhutani KPH Banyumas Timur, Dinporabudpar Kabupaten Banyumas, Pemerintah Desa Karangsalam, Kecamatan Baturraden, LMDH, PMPB, Aliansi Pariwisata Baturraden, Media Massa, Komunitas Canyoning Indonesia.
- b. Pada strategi komunikasi pemasaran Baturraden Adventure Forest, penekanannya lebih kepada kegiatan *personal selling* dan *direct and database* karena karakteristiknya yang melibatkan bisnis antar organisasi dengan pengambilan keputusan yang panjang, melibatkan orang banyak, besar dalam segi nilai dan paket yang bisa disesuaikan, karakter tersebut mengarah pada model bisnis B2B (*Business to Business*). *Personal selling*, mendistribusikan penawaran ke beberapa perusahaan atau instansi pemerintah. *Direct and database marketing*, strategi pemasaran BAF menggunakan google SEO (*search engine optimization*) untuk mengarahkan ke website dan media sosial.
- c. Model komunikasi pemasaran yang ditawarkan yaitu dengan metode *lead management* yang prosesnya diawali dengan *marketing process* dengan mengumpulkan *traffic source* yang bersumber dari kampanye BAF berbasis internet, berbayar atau tidak berbayar. *Output* dari kampanye tersebut didapat dari email atau aplikasi messenger berbasis internet, kemudina masuk kepada fase *selling process* yang bersumber dari *traffic source* yang dikelola menjadi

lead (prospek) yang kemudian dipecah dengan *lead qualifying* yaitu *cold*, *warm*, dan *hot*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka di bawah ini peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam meningkatkan keberhasilan model komunikasi pemasaran Baturraden Adventure Forest:

- a. Bentuk pemasaran yang sebaiknya dioptimalkan untuk kondisi saat ini adalah pemasaran berbasis internet, seperti website dan media sosial spesifik menggunakan Facebook dan Instagram. Pada proses membuat konten akan menyita waktu, tenaga dan membutuhkan riset yang mendalam sehingga akan lebih efektif jika berkejasama atau mencari SDM yang fokus membuat konten.
- b. Pemanfaatan elemen dari konteks *integrated marketing communications* / IMC sebaiknya menjadi acuan dalam melakukan komunikasi pemasaran berbasis teknologi, terlebih pada *sales promotions*, *personal selling*, *online social media marketing*, *direct and database marketing* dan *mobile marketing*, karena dengan bantuan teknologi akan lebih mudah dan efektif tanpa membuang waktu.