

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah mendeskripsikan, menganalisis dan memahami data penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dalam bab ini akan ditarik beberapa kesimpulan berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah narasumber yang berkaitan langsung pada pelaksanaan objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Integrated Marketing Communication* dalam Membangun *Brand Image* PNM Sijago. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi *Integrated Marketing Communication* pada PT PNM Investment Management adalah sebagai berikut :

Bentuk-bentuk IMC yang dilakukan oleh PT PNM Investment Management adalah : (1) *direct marketing* dengan menyebarkan promosi melalui media elektronik, (2) *sales promotion*, tim PNM Sijago memberikan *cashback, free merchandise, giveaway* produk reksadana, (3) *public relations*, tim PNM Sijago menjalin hubungan baik dengan media dan berusaha mempertahankan komunikasi dengan nasabahnya, (4) *personal selling*, melibatkan perwakilan dari tim penjualan atau *sales person* untuk berpartisipasi dalam membuka *booth* di berbagai acara, (5) *advertising*, PNM Sijago menggunakan iklan melalui media elektronik seperti *google ads, youtube ads, Instagram ads*, dan juga memasang iklan di media cetak seperti majalah perusahaan, (6) *word of mouth marketing*, dengan meminta nasabah memberikan testimoni di media sosial, (7) *events and experience*, membuat *event* rutin yaitu PNM IM *goes to campus*, (8) *interactive marketing*, siaran langsung ataupun membuat konten interaktif seperti *polling*, kuis hadiah, untuk mendapat partisipasi nasabah maupun calon nasabah.

Dari kedelapan *integrated marketing communication* tersebut, *sales promotion* serta media sosial memberikan dampak yang paling besar dalam menyebarkan informasi maupun dalam perolehan nasabah dan calon nasabah.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan strategi *integrated marketing communication* dalam membangun *brand image* PNM Sijago

Faktor pendukung

- a. PNM Sijago memiliki relasi yang baik dengan media
- b. PNM Investment Management merupakan bagian dari PT Permodalan Nasional Madani, anak usaha dari PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dan merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) hal ini membuat kredibilitas PNM Sijago lebih dipercaya masyarakat
- c. Sarana dan prasarana yang ada di area perusahaan cukup memadai untuk mewujudkan implementasi IMC
- d. Sumber daya manusia beragam dan sesuai dengan *jobdesk* masing-masing

Faktor penghambat

- a. Persaingan usaha semakin ketat karena semakin banyak aplikasi-aplikasi online untuk investasi
- b. Pelaksanaan iklan yang belum optimal, karena iklan kami masih terbatas di media sosial,
- c. *User interface* pada aplikasi masih belum sempurna, sehingga aplikasi PNM Sijago masih sering mengalami crash.

B. Saran

Strategi *Integrated Marketing Communication* pada PT PNM Investment Management tentunya memiliki strategi yang lebih. Dalam menjalankan strategi-strategi tersebut, terdapat saran agar sekiranya dapat menjadi sebuah referensi ataupun masukan yang dapat diterima oleh team PT PNM Investment Management, yaitu :

1. Saran Akademik

Penelitian mengenai strategi *integrated marketing communication* dalam membangun *brand image* PNM Sijago ini masih banyak terdapat kekurangan diberbagai segi. Untuk itu rekomendasi penelitian selanjutnya

mampu menambah teori tentang IMC dan keterbaruan dari teori yang ada dan menganalisis teori secara lebih mendalam. Selain itu, penelitian dengan objek serupa dan dibandingkan, yaitu IMC pada dua perusahaan manajemen investasi yang berbeda, dengan teori IMC dan *brand image* yang lebih lengkap.

2. Saran Praktis

- a. Dalam hal mempublikasikan informasi sudah sangat baik, namun dengan perkembangan zaman dan persaingan ketat, PNM Sijago harus lebih maksimal lagi dalam menggunakan media sosialnya, seperti update setiap hari tidak hanya saat ada acara, atau event tetapi di setiap kegiatan yang mereka lakukan di setiap harinya dan membuat konten yang menarik dan lebih kreatif lagi.
- b. Sebaiknya program kegiatan event harus lebih di tingkatkan lagi tidak hanya berfokus dengan event seminar, tetapi kegiatan event yang masyarakat dapat ikut serta, seperti kegiatan lomba di hari besar Indonesia dimana masyarakat ikut serta dalam perlombaan tersebut, mengadakan event hiburan seperti event musik membuat mini panggung dan open registrasi untuk masyarakat luar yang berminat berpartisipasi di acara tersebut.
- c. Pentingnya membuat sebuah berita, tim PNM Investment Management harus lebih meningkatkan lagi dalam membuat berita sebanyak mungkin, karena menciptakan berita memberikan keuntungan bagi lembaga itu sendiri. Berita – berita seperti prestasi perusahaan, berita kegembiraan yang sifatnya mendukung PNM Sijago, hal tersebut akan memberikan nilai positif bagi PNM Sijago.
- d. Semakin menjalin kerjasama yang semakin baik dan erat dengan pihak *eksternal*. Baik calon nasabah maupun nasabah yang sudah mendaftar di PNM Sijago.