

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi komunikasi pemasaran berbasis *e-store* dan berorientasi pada *Customer Relationship* yang diterapkan oleh Mustika Ratu pada dasarnya memiliki konsep yang sangat matang. Konsep yang matang ini tercermin pada ide-ide yang terdapat di dalam *website* tersebut. Ide-ide tersebut diaplikasikan dalam sebuah *website* dengan tujuan utama untuk menjadi kekuatan Mustika Ratu yang mampu memberikan seperangkat kepuasan terpadu bagi pelanggannya, dimana melalui mustika-ratu.co.id ini Mustika Ratu mampu untuk merengkuh pelanggan mereka dan memenuhi ekspektasi mereka, terutama terkait dengan *benefit* fungsional dan emosional yang bisa diberikannya dalam berbisnis melalui basis *internet*.
2. Strategi komunikasi pemasaran *Customer Relationship* yang dikembangkan oleh Mustika Ratu memberikan perencanaan strategis bagi *e-store* mustika-ratu.co.id, dengan dimaknai sebuah perusahaan sebagai sebuah konsep yang mengintegrasikan fungsi-fungsi pemasaran, pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendapatkan, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan. Yaitu melalui dimanifestasikan sebagai filsafat perusahaan; sebagai perpanjangan tangan perusahaan terhadap pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan baik untuk penjualan maupun pencitraan

3. Strategi komunikasi pemasaran berbasis *internet* yang dikembangkan Mustika Ratu memberikan perencanaan strategis bagi *e-store* *mustika-ratu.co.id*, dengan dimaknai sebagai sebuah konsep strategi yang dapat lebih mengkomunikasikan produk-produk perusahaan, memberikan diferensiasi penawaran dan *complete information* yang mampu mencapai dan mawadahi *self interest* maupun *self service* dari masing-masing segmen pasarnya, juga dalam rangka berintegrasi mendukung dan mensukseskan strategi komunikasi pemasaran *Customer Relationship* yang diterapkan.
4. Pada Implementasinya *website* yang diluncurkan oleh Mustika Ratu ini masih memiliki beberapa kelemahan yang cukup signifikan dimana kelemahan ini akan mengurangi inti dan substansi dari *customer relationship* itu sendiri. Kelemahan kelemahan itu adalah *broken links*, tidak ter-updatenya berita secara kontinu, dan program terintegrasi yang kurang berjalan.

Pada akhirnya *website* yang telah diluncurkan oleh Mustika Ratu ini secara konseptual menurut peneliti cukup bagus, ini dapat dilihat dari penjabaran strategi komunikasi pemasaran yang mereka miliki. Tetapi dari sisi lain yaitu dari segi implementasi *website* peneliti melihat banyak kekurangan dalam *websitenya*, sebagai contoh adalah adanya *broken links* pada halaman yang vital dalam berhubungan dengan konsumen. Hal lainnya yang kurang adalah program yang terintegrasi pada *website* tersebut kurang berjalan dan berita yang terdapat didalamnya kurang ter-update.

B. Saran

1. Untuk lebih mengoptimalkan *website* yang dijalankan oleh Mustika Ratu sebaiknya *website* yang telah ada sekarang selalu di-*update* secara kontinu agar pelanggan dapat mengetahui tentang berita terkini ataupun kegiatan yang akan dijalankan oleh Mustika Ratu. Berita yang selalu di-*update* akan menimbulkan kesan bahwa *website* tersebut selalu mendapat perhatian secara langsung oleh jajaran yang memang bertanggung jawab penuh akan keberadaan *website* tersebut.
2. Agar lebih optimalnya strategi komunikasi pemasaran yang berbasis *internet* ini sebaiknya Mustika Ratu mengoptimalkan keberadaan *websitenya* guna menunjang hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan nya. Upaya untuk lebih mengoptimalkan *website* ini menurut peneliti dapat dengan memasukan beberapa fitur atau *program* penting yang menunjang hubungannya dengan pelanggan sebagai contoh: *forum Chatting*, *Transaksi on-line*, *Video tutorial*, dan lain sebagainya.
3. Agar hubungan dengan pelanggan yang menggunakan media *website* ini tidak terganggu maka sebaiknya *broken links* yang terdapat pada *website* tersebut diperbaiki sehingga bagi pelanggan yang ingin menghubungi Mustika ratu tidak akan mengalami kesulitan.
4. Untuk lebih mengoptimalkan strategi komunikasi pemasaran yang berbasis pada *internet* dan berorientasi pada pelanggan ini sebaiknya *website* Mustika Ratu yang telah diluncurkan sejak tahun 2002 tersebut mengalami perombakan total dalam *desain*. Ini mengingat *website* tersebut telah ada sejak tahun 2002 dan telah berusia lima tahun, dimana akan