

Strategi komunikasi pemasaran dengan aspek kinerja keuangan dan aspek kepuasan pelanggan dalam bisnis agrowisata (Kasus: the pinewood lodge organic farm and boutique spa) = Marketing communication strategy based on financial and customer satisfaction aspects in agritourism business (Case on: the pinewood lodge organic farm and boutique spa)

Ni Luh Putu Laura Sarassitha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=120961&lokasi=lokal>

Abstrak

Perusahaan yang baik adalah ketika menyusun strategi, mengerucut kepada tujuan serta misi dan visinya dan bukan keluar dari apa yang menjadi sasaran perusahaan. Hal ini menjadi dasar bagi perusahaan untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran dengan metode Balanced Scorecard, dimana penekanannya diberikan pada aspek kinerja keuangan dan kepuasan pelanggan sehingga disebut dengan strategi 2 in 1. Kedua aspek ini menjadi penting untuk fokus penelitian karena PT Puti Hanum Astari merupakan perusahaan yang bergerak dibidang agrowisata.

Demi mengembangkan usahanya dan berupaya untuk memenangkan persaingan di bisnis agrowisata, maka The Pinewood dibawah management PT Puti Hanum Astari menerapkan strategi komunikasi pemasaran 2 in 1 yang digunakan untuk mentransformasikan perusahaan menjadi penyelenggara bisnis agrowisata yang diminati dan memiliki pelanggan yang loyal.

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis dampak penerapan strategi komunikasi pemasaran 2 in 1 terhadap The Pinewood. Sedangkan penelitian dilakukan dengan pengumpulan data melalui kuesioner, kemudian untuk analisis data lapangan digunakan metode sign test (Uji Tanda).

Dari hasil analisis penerapan strategi komunikasi pemasaran 2 in 1 diperoleh bahwa penerapan strategi tersebut tidak memberikan dampak perubahan kepada kinerja keuangan perusahaan, namun untuk kepuasan pelanggan terbukti terjadi perubahan dampak setelah diaplikasikan kebijakan tersebut. Sehingga perusahaan perlu mengkaji lebih lanjut serta semakin mengembangkan strategi komunikasi pemasaran 2 in 1 pada perusahaan.

.....The good company is to arrange strategy, sharpening to perspective vision and mission, otherwise it is not beyond on target though. Therefore, it is a necessary to implement Marketing Communication Strategy with Balanced Scorecard method which focus on two aspects such as Financial and Customer Satisfaction aspects, hence the strategy is recognize as 2 in 1 strategy. Those are essential where PT Puti Hanum Astari is a company who has developed as Agritourism Business.

The Pinewood which under PT Puti Hanum Astari management has implemented 2 in 1 marketing communication strategy that is used to transform the company become a pioneer of agritourism business in order to notice customer loyalty following by development of business competition in agritourism self. This research was a case to analyze impact of 2 in 1 Marketing Communication Strategy to The Pinewood. Meanwhile, the research had been conducted by data collection (questioners), and then the field data was analyzed by Sign Test Method.

The result shows that 2 in 1 Marketing Communication Strategy is not giving any impact to financial performance, yet But it improves customer satisfaction and loyalty significantly. Furthermore, It suggested

that The Pinewood should continue to impelement and develop the 2 in 1 Marketing Communication Strategy as increasing in customer loyalty at the end will positively impacting company financial.