

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kegiatan promosi yang dilakukan Primarindo belum berjalan secara efektif dan efisien karena media yang dipilih belum tepat sasaran. Sebagian besar media yang dipilih diperuntukan bagi kalangan menengah ke atas, sedangkan target pasar Primarindo adalah masyarakat kalangan menengah ke bawah.
2. Selain itu, ada satu kegiatan promosi yang memakan biaya paling tinggi namun tidak mampu meningkatkan penjualan. Tetapi, kerjasama telah berjalan maka mau tidak mau Primarindo masih harus menjalankan kerjasama tersebut hingga kontrak berakhir. Dengan catatan Primarindo tidak akan memperpanjang kontrak tersebut karena promosi tersebut tidak tepat sasaran. Sehingga dana tersebut dapat digunakan untuk melakukan kegiatan promosi yang lain yang lebih tepat.
3. Langkah yang diambil untuk meningkatkan promosi dan agar promosi dapat berjalan secara efektif dan efisien yang dilakukan Primarindo yaitu dengan menganalisa kembali target pasar dengan media yang digunakan untuk promosi.
4. Kegiatan promosi yang dilakukan Primarindo masih terfokus pada periklanan sehingga kegiatan promosi yang lain belum dapat dilaksanakan secara maksimal. Maka tidak heran kalau penjualan tumbuh secara lambat.
5. Promosi penjualan lebih mengutamakan potongan harga bagi pelanggan yang membeli langsung, baik konsumen akhir, agen maupun pedagang eceran.
6. Penjualan langsung berupa penjualan di toko (factory outlet) dan petugas yang langsung menghubungi pelanggan baik agen maupun eceran.

5.2 Saran

Setelah melaksanakan penelitian dan mengetahui pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Primarindo, penulis memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat membantu kinerja perusahaan.

Berikut beberapa saran penulis :

1. Pemasangan iklan di surat kabar Pikiran Rakyat kurang maksimal karena sebagian besar pembacanya masyarakat menengah keatas. Tribun Jabar dapat digunakan sebagai media penyampaian iklan yang lebih tepat. Selain tepat sasaran, biayanya pun lebih kecil jika dibandingkan dengan Pikiran Rakyat.
2. Menjalin kerjasama dengan radio Rama untuk pemasangan iklan melalui media elektronik untuk menggantikan kerjasama dengan radio CBL agar dapat memaksimalkan penyampaian iklan kepada masyarakat. Karena pendengar radio Rama sebagian besar adalah masyarakat menengah ke bawah sesuai dengan target Primarindo.
3. Tidak memperpanjang kontrak dengan salah satu klub sepak bola di Bandung. Mengingat biayanya yang cukup besar namun hasilnya tidak memenuhi target.
4. Pemasangan spanduk disekitar toko sudah cukup baik dan tidak ada masalah. Yang perlu diperhatikan adalah penggantian gambar spanduk setiap bulan agar lebih variatif.
5. Kegiatan promosi tidak hanya melalui iklan saja. Maka, Primarindo juga harus melakukan kegiatan promosi yang lain agar kegiatan pemasaran secara keseluruhan dapat berjalan dengan baik. Penjualan perorangan, promosi penjualan harus mulai diperhatikan agar Primarindo dapat meningkatkan volume penjualan.
6. Penambahan jumlah pegawai untuk membantu kinerja penjualan perorangan dan promosi penjualan agar kegiatan promosi berjalan dengan lebih baik.