

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data dan hasil penelitian mengenai beberapa hal yang berhubungan dengan strategi promosi yang dilakukan *Andrrows Shoe Cleaner* dalam menarik minat beli konsumen pada tahun 2015. Dalam berpromosi *Andrrows Shoe Cleaner* melakukan tiga tahapan yaitu, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi.

Dalam tahapan perencanaan yang dilakukan *Andrrows Shoe Cleaner* diawali dengan analisis SWOT, dari analisis tersebut telah ditentukan segmentasi pasar yaitu memilih anak muda sebagai target pasar dengan SES menengah keatas dapat mempermudah untuk pemilihan media promosi. Media yang telah dipilih untuk berpromosi yaitu media *online* seperti medsos dan website, media *online* ini masih menjadi media utama dari pihak *Andrrows*. Adapun penggunaan poster, X banner, event, dan sponsorsip sebagai media pendukung dalam berpromosi. Dalam pengalokasian total anggaran untuk berpromosi masih kurang efektif karena tidak disertai dengan optimalisasi dari masing-masing media yang digunakan.

Selanjutnya pada tahap pelaksanaan, telah menggunakan media *online* dalam aktivitas periklanan. Pesan dalam iklan *Andrrows Shoe Cleaner* adalah dengan menciptakan bahasa yang kuat seperti *tagline* atau

jargon dari Andrrows yaitu *Make Your Beaters Better* agar mudah diingat masyarakat. *Beaters* disini diartikan sebagai sepatu yang sering dipakai kurang lebih dalam satu bulan, akan terlihat semakin baik dirawat menggunakan Andrrows, Hal ini menjadikan konsumen yang menggunakan Andrrows akan terlihat jauh lebih baik daripada yang tidak. Jargon *Make Your Beaters Better* selalu dijadikan *hashtag* pada setiap aktivitas promosi dari Andrrows *Shoe Cleaner*. adapun dalam penggunaan X banner dan sponsorsip belum maksimal. X banner hanya dipasang di kantor dan ketika event berlangsung, seharusnya di berbagai *retailer* dari Andrrows juga dipasang X-banner menandakan secara fisik agar terlihat bahwa produk-produknya dapat didapatkan disana. Sedangkan pada sponsorsip pihak Andrrows tidak memiliki *budget* khusus dalam melaksanakan kegiatan sponsorsip itu sendiri.

Dalam pengevaluasian yang dilakukan Andrrows *Shoe Cleaner* membahas mengenai profit, dengan membandingkan pendapatan dan pengeluaran. Proses evaluasi tersebut masih kurang efektif karena pengevaluasian tersebut tidak fokus terhadap program-program promosi yang dilakukan melainkan mengevaluasi keseluruhan kinerja dari Andrrows *Shoe Cleaner*.

B. Saran untuk Andrrows *Shoe Cleaner*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan melihat realita dilapangan, maka peneliti memiliki beberapa saran :

1. Optimalisasi total anggaran dari setiap media yang akan digunakan untuk berpromosi sebaiknya tertulis secara rinci agar anggaran tersebut jelas dan efektif sesuai dengan media yang dipilih.
2. Pengadaan budget khusus untuk kegiatan *sponsorship* agar tidak mengganggu anggaran promosi untuk media yang lainnya.
3. Proses evaluasi antara kinerja dan promosi dibedakan agar tahu secara mendetail tentang promosi mana yang berjalan dengan baik dan mana yang tidak, dengan hanya melihat meningkatnya profit penjualan tidak bisa menjadi tolak ukur suksesnya program promosi karena masih dapat dipengaruhi oleh banyak faktor.
4. Untuk penelitian selanjutnya bisa melakukan penelitian tentang penggunaan media sosial sebagai strategi komunikasi pemasaran *online* dengan menggunakan pakar komunikasi atau pengamat di bidang media sosial sebagai data untuk melengkapi penelitian.