

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Berdasarkan penelitian tentang strategi promosi buku tahunan sekolah pada agensi Mobo Bookography dalam meningkatkan penjualan pada tahun 2015, maka penulis dapat memberikan kesimpulan dan saran sebagai berikut :

#### **A. Kesimpulan**

Beberapa poin penting yang dapat peneliti sampaikan sebagai kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada tahun 2015 agensi Mobo Bookography mencoba meningkatkan penjualan mereka dengan strategi *10 limited quota*. *10 limited quota* adalah membatasi jumlah sekolah klien sebanyak 10 sekolah.
2. Dengan melakukan strategi *10 limited quota* ini, Mobo Bookography ingin membentuk citra perusahaan yang eksklusif dengan menjaga konsep dan kualitas produk buku tahunan sekolah mereka, sekaligus ingin menunjukkan bahwa agensi buku tahunan sekolah ini berbeda dengan agensi buku tahunan sekolah yang lain.
3. Dengan tujuan menjaga konsep dan kualitas produk buku tahunan sekolah, Mobo Bookography tidak memberikan penawaran atau jasa lain kepada klien. Misalnya penambahan paket *promnight*, *event*, dan ikut dalam kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh sekolah.

4. Dalam pelaksanaan strategi *10 limited quota* pada tahun 2015, Mobo Bookography lebih intens menggunakan sosial media (instagram) sebagai media yang paling strategis digunakan untuk promosi. Pemilihan media instagram didasari karena media ini adalah media yang paling dekat dengan target mereka yaitu anak sekolah.
5. Tujuan jangka panjang yang ingin dicapai Mobo Bookography adalah *branding* sebagai agensi buku tahunan sekolah yang eksklusif. *Branding* tersebut mulai dilakukan pada tahun 2015 dengan strategi *10 limited quota* dan ketika *branding* Mobo Bookography sebagai agensi buku tahunan sekolah yang eksklusif sudah terbentuk di masyarakat, mereka ingin mengarahkan target pasar mereka nanti ke sekolah-sekolah yang elit diseluruh indonesia.

## **B. Saran**

Sedangkan beberapa saran yang peneliti berikan untuk Mobo Bookography dan untuk pengembangan penelitian berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Beberapa saran bagi kemajuan Mobo Bookography adalah sebagai berikut:
  - a) Menambah jumlah karyawan terutama dalam divisi marketing, karena marketing sangat efektif dalam melakukan penjualan langsung ke sekolah-sekolah.
  - b) Mulai lebih intens dalam mengejar target sekolah-sekolah elit di Indonesia dengan pendekatan-pendekatan dari waktu mereka masih kelas XI. Sekolah elit menjadi target karena selain Mobo mendapat pengakuan

publik, sekolah elit lebih mengutamakan kualitas produk sehingga sejalan dengan tujuan branding Mobo.

c) Menambah media yang digunakan untuk kegiatan promosi dan juga *branding* Mobo Bookography sebagai perusahaan yang eksklusif.

d) Menjaga hubungan baik dan berkelanjutan dengan pihak sekolah yang telah bekerjasama dengan Mobo Bookography supaya kerjasama pembuatan buku tahunan sekolah bisa berlangsung *continue*.

2. Saran bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji mengenai strategi promosi penjualan adalah sebagai berikut:

a) Penelitian selanjutnya hendaknya berfokus pada strategi kreatif dalam meningkatkan penjualan atau pemasaran.

b) Penelitian selanjutnya dapat menjadikan klien, konsumen atau masyarakat yang menjadi obyek pada penelitian.

c) Penelitian selanjutnya dapat memilih objek penelitian dikota-kota lainnya baik ditingkat ibu kota provinsi maupun kabupaten supaya bisa melihat keadaan lapangan dan strategi yang dipilih bila ada diwilayah tertentu.