

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pengumpulan data dan hasil analisis penelitian mengenai beberapa hal yang berhubungan dengan strategi promosi yang dilakukan Adonis Fitnes dalam menarik calon pelanggan. Peneliti dapat menyimpulkan Adonis Fitnes menggunakan enam strategi promosi. Dalam menjalankan strategi promosi Adonis Fitnes memiliki target audiens pelajar, mahasiswa, pekerja sampai ibu rumah tangga dan terdiri dari semua golongan yakni menengah, menengah ke atas, menengah ke bawah. Akan tetapi pencapaian Adonis Fitnes dalam menghasilkan capaian menurun, hal ini dikarenakan *member* Adonis Fitnes lebih didominasi pelajar dan mahasiswa hal ini dikarenakan kejenuhan yang *member* rasakan. pemilihan saluran komunikasi *personal* dan *non personal* dirasa kurang maksimal hal ini dikarenakan pendapatan strategi promosi yang telah dijalankan Adonis Fitnes ternyata belum mendapatkan hasil yang maksimal. Hal ini bisa dilihat dari prosentase naik turun jumlah *member* tiap tahunnya.

Adonis Fitnes dalam promosinya memilih bauran promosi *advertising, personal selling, sales promotion* dan *direct marketing*. Periklanana yang digunakan Adonis dalam promosinya meliputi media lini bawah seperti spanduk, brosur, *neon box* dan *x banner*, selain itu Adonis Fitnes menggunakan media sosial *facebook*. Penulis dapat menyimpulkan bahwa belum optimalnya strategi bauran promosi yang mereka gunakan khususnya periklanan. Hal ini diakibatkan pemilihan saluran promosi yang kurang variatif dan bersifat satu arah. Selain itu pula masih belum optimalnya penggunaan media-media periklanan dan kreatifitas iklan agar menarik masyarakat untuk berlatih dan menjadi member di adonis fitnes

Adonis Fitnes melakukan pengevaluasian empat tahapan, yaitu harian, mingguan, bulanan dan tahunan. Dalam pengevaluasian yang dilakukan adonis fitnes membahas profit, dan membandingkan pendapatan dan pengeluaran. Selain itu dari segi evaluassi yang menyangkut keluhan member, pihak Adonis Fitnes tidak langsg memperbaikinya jika hal yang dibahas mengenai keluhan pembaruan alat. Terahir masih kurangnya usaha-usaha strategis untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan sejenis yakni dari segi promosi maupun alat yang digunakan.

## **B. Saran**

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

1. Promosi merupakan ujung tombak berkembangnya sebuah perusahaan, maka diharapkan Adonis Fitnes lebih fokus dalam setiap *detail* kegiatan promosi yang dijalankan. Salah satunya dengan memiliki tim promosi yang khusus sangat berpengaruh besar dalam menjalankan sebuah perusahaan untuk menjalankan, memantau kegiatan promosi sehingga dapat lebih fokus dan maksimal dalam menarik calon pelanggan.
2. Dengan adanya persaingan perusahaan sejenis yang semakin ketatnya pasaran, diharapkan Adonis Fitnes semakin kreatif dalam memilih dan melakukan kegiatan promosi. Selain itu manajemen Adonis Fitnes harus selalu *update* dalam mencari info yang sedang berkembang, sehingga dalam kegiatan promosi hal itu bisa membantu Adonis Fitnes dalam menarik calon pelanggan.