

BAB IV

PENUTUP

Setelah mengadakan pengamatan langsung membahas dan menganalisis hasil penelitian, maka dalam bab ini penyusun memberikan kesimpulan sesuai dengan kajian tentang “Aktivitas Promosi Studio Jasa Fotografi pada “Alvin Photography” Tahun 2017-2018”.

A. Kesimpulan

1. Aktivitas promosi Alvin Photography dalam bentuk *advertising* adalah pemasangan baliho, *campaign* tahunan, dan memasang iklan di media sosial yaitu di *instagram*, *facebook*, dan *web* serta menggunakan jasa *buzzer-buzzer* yang populer di media sosial. Dalam bentuk *sales promotion* menawarkan *discount* harga paket foto melalui media sosial, paket *pre wedding* atau paket diskon khusus. Dalam bentuk *publicity* memanfaatkan komunitas-komunitas komunitas fotografi, mengadakan lomba fotografi berhadiah, media cetak seperti majalah dan koran, media baliho. Dalam bentuk *personal selling* telfon ke klien, iklan di Line, konsumen datang langsung ke studio dan dapat langsung bertemu dengan *sales marketing*, mengajak kerjasama vendor-vendor *wedding venue*, *wedding organizer*, *makeup artist*, dll. Dalam bentuk *direct marketing* bekerjasama dengan beberapa perusahaan vendor yang kategorinya

berkaitan dengan *wedding*, mengikuti pameran pernikahan, dan DM secara langsung dengan cara memberikan informasi melalui email/telfon.

2. Hambatan-hambatan dalam aktivitas promosi dari segi *advertising*, *sales promotion*, *publicity*, *personal selling*, dan *direct marketing* adalah memasang iklan di baliho membutuhkan biaya yang terlalu mahal, beberapa konsumen terkadang kurang mengetahui seperti apa foto yang bagus, persaingan harga yang antar vendor, saat bekerjasama sama dengan *wedding organizer* yang sudah menetapkan harga tertentu, dan banyaknya pesaing dengan harga yang bersaing.
3. Dampak *advertising*, *sales promotion*, *publicity*, *personal selling*, dan *direct marketing* terhadap jumlah konsumen Alvin Photography adalah klien bertambah, masyarakat mengetahui Alvin Photography, ada peningkatan penjualan dan karya Alvin Photography menjadi lebih dikenal, klien merasa lebih dekat dan lebih mudah untuk mendapatkan informasi Alvin Photography, dan adanya kerjasama dengan klien.

B. Saran

Setelah memberikan kesimpulan atas hasil kajian pada uraian di atas, maka dibagian akhir penyusun mencoba memberikan saran kepada Alvin Photography dalam membangun dan mempertahankan aktivitas promosi fotografi pada Alvin Photography dalam meningkatkan jumlah konsumen

1. Alvin Photography perlu mempertahankan *advertising*-nya di baliho dengan melakukan negoisiasi harga yang lebih murah, edukasi ke konsumen

tentang kualitas foto yang bagus, mengantisipasi persaingan harga dengan vendor dengan bekerjasama dalam penentuan harga, dan Alvin Photography perlu juga membuat paket-paket promo dengan harga yang bersaing.

2. Alvin Photography lebih meningkatkan *skill photography*-nya, lebih meningkatkan kualitas *public relations*-nya ke masyarakat yang lebih luas dan bagian marketingnya lebih gencar dalam melakukan promosi.