

BAB IV

KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN



A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di CV Annet Sofa Yogyakarta, peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi promosi yang digunakan adalah dengan lebih menitik beratkan pada cara berkomunikasi dengan konsumen serta dengan lebih meaksimalkan peranan tiap bauran promosi yang digunakanyaitu personal selling.

Pengembangan strategi promosi dalam meningkatkan minat beli konsumen dengan menentukan pasar sasaran serta strategi penentuan posisi yang dilakukan CV Annet Sofa sudah cukup baik. Sebagai penjual sekaligus produsen CV Annet Sofa memilih target pasar utama yaitu konsumen dari hotel, instansi serta kafe yang berada di wilayah Yogyakarta, Magelang dan Solo, hal tersebut sudah cukup benar mengingat saat ini semakin banyak hotel maupun kafe yang sudah berdiri dan biasanya para konsumen tersebut akan memesan produk dalam jumlah besar dan kontinyu. Selain itu CV Annet Sofa juga selalu menjaga hubungan baik dengan para konsumen yaitu dengan selalu menanyakan kepuasan konsumen akan produk yang digunakan juga menanyakan apakah ada keluhan ataupun saran.

CV Annet Sofa menggunakan bauran promosi berupa iklan, promosi penjualan dan personal selling. Karena tidak adanya staff marketing yang bertanggung jawab pada segala hal mengenai kegiatan promosi, membuat kegiatan periklanan CV Annet Sofa menjadi kurang maksimal, yaitu dengan tidak melanjutkan pemasangan iklan melalui majalah serta tidak pernah ada up-date produk maupun informasi pada *website* CV Annet Sofa. Selain iklan perusahaan juga menggunakan bauran promosi berupa promosi penjualan dan *personal selling*, namun CV Annet Sofa lebih memaksimalkan kegiatan personal selling sebagai salah satu strategi menarik minat beli konsumen. Salah satu strategi tersebut yaitu dengan memaksimalkan penggunaan komunikasi efektif kepada para konsumen, para tenaga penjual CV Annet Sofa selalu berkomunikasi dengan cara santai dan melalui pendekatan interpersonal kepada calon konsumen hal itu dilakukan agar tercipta komunikasi yang efektif. Komunikasi efektif yang dilakukan memiliki tujuan yaitu mengajak konsumen untuk mengenali kebutuhan mereka, memberikan banyak informasi mengenai produk yang dihasilkan CV Annet Sofa serta produk yang dibutuhkan konsumen, dan mendorong keputusan membeli konsumen.

Namun CV Annet Sofa memiliki kekurangan dalam hal menetapkan anggaran, untuk promosi, kekurangan tersebut yaitu CV Annet Sofa hanya menetapkan anggaran untuk rencana kegiatan promosi berdasarkan budget yang telah dikeluarkan pada kegiatan

promosi yang sebelumnya. Hal itu sangat tidak efektif karena kegiatan promosi memiliki banyak variasi dan *budget* yang dibutuhkan tidak akan sama antara satu dengan yang lain.

B. SARAN

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

1. CV Annet Sofa hendaknya menambah bauran promosi yang digunakan serta memaksimalkan bauran promosi tersebut agar tujuan perusahaan untuk meningkatkan angka penjualan menjadi tercapai.
2. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat dan mengantisipasi tenggelamnya produk dipasaran, diharapkan perusahaan dapat lebih gencar lagi dalam melakukan kegiatan promosi, yaitu dengan memaksimalkan kegiatan periklanan yang sudah dilakukan.
3. Promosi merupakan ujung tombak berkembangnya sebuah perusahaan, oleh karena itu CV Annet Sofa diharapkan mampu menetapkan anggaran untuk kegiatan promosi sesuai dengan perhitungan dan memaksimalkan anggaran tersebut untuk berpromosi agar program-program promosi yang akan dilaksanakan menjadi optimal sesuai yang diharapkan.