

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *NOMAD Adventure* telah menerapkan 5 (lima) bauran promosi (*promotional mix*) yang terdiri dari :

1. Periklanan (*Advertising*)

*NOMAD Adventure* menggunakan beberapa media dalam mengiklankan produknya, yaitu melalui media cetak seperti *banner*, *brosur* dan perusahaan juga menggunakan media sosial seperti *facebook*, *instagram* serta *website*.

2. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Pemasaran langsung (*Direct marketing*) yang dilakukan oleh *NOMAD Adventure* sudah cukup efektif menarik perhatian dengan cara menjalin tatap muka (*face to face*) dengan masyarakat, dan mencantumkan *contact person* berupa nomor telepon dan *e-mail* perusahaan, di media *online* maupun *offline* yang dapat dihubungi oleh konsumen secara langsung.

3. Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Dalam promosi penjualan (*sales promotion*) yang dilakukan oleh *NOMAD Adventure* adalah dengan mengikuti pameran atau festival *outdoor* dan menampilkan semua produk yang ditawarkan pada stand yang telah didirikan. Cara ini cukup efisien untuk meyebarluaskan informasi produk kepada konsumen yang dianggap potensial, disisi lain para calon konsumen juga bisa terlibat interaktif dalam menanyakan beberapa hal mengenai produk yang dijual. Kondisi bertemu secara langsung ini juga dimanfaatkan karyawan *NOMAD Adventure* untuk merayu atau membujuk para calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

4. Hubungan masyarakat (*Public relation*)

Dalam hal publisitas yang dilakukan NOMAD Adventure belum cukup efektif dalam menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dan membangun citra perusahaan yang baik .

5. Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Dalam penjualan pribadi (*personal selling*) sudah efektif, karena selain tim *marketing* dan CS (*customer service*), seluruh pegawai juga di anjurkan untuk menawarkan produk kepada orang-orang terdekatnya.

**B. Saran**

Berdasarkan pembahasan di atas, maka saran atau masukan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan khususnya dalam menetapkan penerapan bauran promosi yaitu :

1. Dalam penggunaan brosur ada baiknya lebih rutin untuk dibagikan melalui tim *marketing* di beberapa tempat wisata seperti gunung dan wisata berarung jeram di wilayah Yogyakarta agar promosi yang dilakukan tepat sasaran.
2. Menambah cara pemasaran langsung (*direct marketing*) dengan cara mengirimkan *katalog* produk kepada konsumen yang sudah ditetapkan.
3. Menambahkan cara promosi penjualan dengan pemberian kupon yang dapat di distirbusikan langsung ke konsumen melalui saluran ritel. Kupon juga memberikan dukungan kepada pedagang dan mendorong konsumen untuk membeli produk baru atau membeli lebih dari satu produk.
4. Mengadakan berbagai program untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan maupun produk individualnya dan membentuk staf khusus *public relations* yang bertugas untuk membangun *image* positif perusahaan di kalangan *internal* maupun dengan pihak-pihak terkait.
5. Memberikan karyawan toko *diskon* agar karyawan lebih giat dalam menawarkan produk kepada orang lain.