

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang diperoleh penulis ketika melakukan kegiatan magang pada toko Rejo Listrik dan dari uraian yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan promosi yang dilakukan di Rejo Listrik meliputi: periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan dan pemasaran langsung. Masing masing kegiatan bermanfaat pada bagiannya masing masing dalam meningkatkan penjualan. Secara detail bentuk dari kegiatan promosi yang dilakukan di Rejo Listrik adalah:

- a. Periklanan

Dari kegiatan periklanan yang telah dilakukan toko Rejo listrik terdapat kelebihan dan kekurang dari masing masing media iklan yang digunakan, di antaranya:

- i. Iklan cetak

Pada media iklan cetak Rejo Listrik iklan yang dibuat sudah menarik dan berguna bagi masyarakat yang melihatnya, akan tetapi pada iklan media cetak yang di sebarakan terdapat kekurangan, kekurang dari iklan media cetak Rejo Listrik terletak pada posisi nomor whatsapp yang tidak sejajar dengan lambang whatsapp yang tersedia, sehingga dapat membuat calon konsumen yang akan melihatnya kesusahan untuk

mencari kontak person yang bisa dihubungi. Nomor whatsApp juga tercetak terlalu kecil, sebaiknya lebih besar agar mudah dibaca.

ii. Iklan media luar

Untuk iklan media luar yang disediakan Rejo listrik penerapannya sudah cukup maksimal, karena iklan media luar Rejo Listrik menggunakan baliho yang cukup besar dan di posisikan dipinggir jalan tepat didepan toko Rejo Listrik, kelebihan lain dari baliho yang dipasang oleh Rejo Listrik ialah warna dari baliho yang menarik dan cukup jelas untuk dilihat, dikenal dan diingat untuk keberadaannya.

iii. Internet

Kegiatan periklanan yang dilakukan Rejo Listrik melalui media social seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp* dan *marketplace* Gratis ongkir dengan sarana edukasi serta mengajak khalayak umum untuk melakukan pembelian produk Listrik kurang efektif, karena iklan yang di muat hanya sesekali saja serta akun akun social media Rejo Listrik belum tentu dilihat oleh masyarakat umum.

b. Promosi Penjualan

Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan Rejo Listrik memiliki satu keunggulan pada sarana member yang

diberlakukan oleh Rejo Listrik kepada konsumen konsumen pilihan Rejo Listrik, karena dengan sarana member tersebut Rejo Listrik mendapatkan konsumen sesuai dengan harapan. Beberapa kelemahan pada promosi penjualan yang lainnya, kelemahan dari promosi penjualan Rejo Listrik terletak pada sponsorship, dimana pengeluaran biaya yang dilakukan saat menjadi sponsor sebuah acara cukup besar dan tidak sebanding dengan *feedback* yang didapatkan.

c. Penjualan perorangan

Kegiatan *Personal Selling* atau penjualan perorangan yang dilakukan oleh Toko Rejo Listrik adalah karyawan atau sales Toko Rejo listrik langsung ke lapangan untuk mendatangi toko berdistributor area klaten, mendatangi proyek yang masih dalam tahap pembangunan serta membagikan brosur di area klaten untuk memenangkan tender. Kegiatan *personal selling* dapat dikatakan efektif karena kegiatan *Peronal Selling* ini menggunakan tenaga wiraniaga atau yang biasa dikatakan *sales* yang berinteraksi langsung kepada calon konsumen. *Sales* penjual sudah melakukan tugas dengan baik sehingga berhasil memenangkan tender di beberapa hotel dan rumah sakit.

d. Pemasaran Langsung

Dalam menjalankan pemasaran langsung Rejolistrik termasuk kurang maksimal karena tidak mengikuti perkembangan dimana masyarakat sekarang banyak yang lebih suka belanja

memalui aplikasi social media. Seharus nya Rejo Listrik lebih aktif lagi dalam melakukan pemasaran langsung untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar yang luas.

2. Kendala dalam penerapan strategi promosi pada Rejo Listrik kurangnya perluasan dalam melakukan promosi, Toko Rejo Listrik hanya melakukan kegiatan promosi di media *internet*, facebook dan baliho serta kurangnya inovasi dalam melakukan promosi, hal ini membuat masyarakat luas kurang mengenal Toko Rejo Listrik dan produk yang mereka jual
3. Solusi dalam penerapan strategi promosi pada Rejo Listrik dengan cara meningkatkan periklanan pada social media tidak hanya melalui facobook saja misalnya melalui instagram atau twitter, karena social media membuat masyarakat luas lebih mengenal serta lebih berinovasi dalam melakukan pemasaran dengan gaya yang menarik dan memberikan promosi seperti potongan harga pada iklan yang sudah dibuat.

## **B. SARAN**

Berdasarkan pembahasan diatas dan dari kegiatan magang yang telah dilaksanakan, maka saran dan masukan yang dapat diberikan penulis kepada Rejo Listrik sebagai pertimbangan bagi perusahaan demi mempertahankan, meningkatkan kualitas, dan efesiensi dalam pengelolaan strategi pemasaran serta bersaing di dunia bisnis alat alat kelistrikan yaitu:

- a. Meningkatkan layanan yang berbasis online, Rejo Listrik perlu lebih banyak lagi memasang iklan di media social yang tengah banyak digunakan masyarakat jaman sekarang, seperti instagram, twitter serta video pada *You Tube*. Melakukan kerja sama dengan sistem *endors selebgram* atau *You Tubers* yang terkenal di daerah Klaten, karena dengan melakukan endoser secara tidak langsung sudah mengenalkan produk dan toko Rejo Listrik pada masyarakat khususnya di daerah klaten.
- b. Memberlakukan member *get member* agar mempercepat penambahan member dan rejo listrik dapat menguasai pasar pada area klaten.
- c. Untuk mengoptimalkan kinerja sales lapangan perlunya ditambah armada agar sales lapangan dapat lebih efektif dalam menjalankan tugas nya ketika berkeliling di area klaten dan sekitarnya.
- d. Menambah kelengkapan periklanan seperti poster yang dipasang pada dinding toko Rejo Listrik
- e. Memperbanyak promosi penjualan dengan pemberian kupon atau *voucher* potongan harga kepada masyarakat sekitar Klaten.