

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh penulis ketika melakukan kegiatan magang pada Botol Plastik Jogja 12, dan dari uraian yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan yang digunakan oleh Botol Plastik Jogja 12 menggunakan media luar atau *outdoor* seperti *Banner* yang dipasang didepan agar konsumen mudah mengetahui produk dan lokasi toko dan memanfaatkan medial sosial seperti *Instagram*, *Website*, dan *Market Place Shopee* sebagai iklan internet.

2. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

Penjualan tatap muka yang dilakukan oleh Botol Plastik Jogja 12 dengan mendatangi beberapa *coffeshop* di jogja untuk menawarkan langsung produk dari Botol Plastik Jogja 12 kepada pemilik *coffeshop* tersebut, contohnya seperti pemilik *coffeshop* Kopi Lhur yang sudah bekerjasama dengan Botol Plastik Jogja 12.

3. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan yang diberikan oleh Botol Plastik Jogja 12 adalah memberikan *voucher* potongan harga pada orang yang datang ke pameran, selain itu Botol Plastik Jogja 12 juga memberikan potongan harga diwaktu tertentu sesuai dengan arus pembelian

4. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung yang dilakukan oleh Botol Plastik Jogja 12 sudah baik dan benar dengan mencantumkan *contact person* berupa nomor telepon dan *email*, hal itu dilakukan untuk menerima adanya komplain produk dari konsumen yang beberapa produknya tidak sesuai atau mengalami kerusakan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka terdapat beberapa saran yang penulis berikan untuk Botol Plastik Jogja 12 yaitu :

1. Menambahkan media iklan seperti memperbarui spanduk yang sudah ada karena warnanya yang sudah pudar.
2. Memaksimalkan strategi Penjualan Tatap Muka yang telah dilakukan oleh botol plastik jogja 12, tidak hanya memasuki dunia *coffeshop* saja untuk menawarkan produknya, Botol Plastik Jogja 12 perlu untuk meningkatkan lagi penjualan tatap muka dengan menawarkan produk botol plastik ke beberapa usaha-usaha lain yang juga menggunakan botol plastik seperti, usaha jus, susu, buah dan tukang jamu selain itu Botol Plastik Jogja 12 juga dapat meningkatkannya dengan menawarkan produk - produknya ke setiap rumah rumah yang ada di sekitar Botol Plastik Jogja 12 agar semua pasar dapat dijangkau dan dikuasai Botol Plastik Jogja 12.

3. Memaksimalkan Promosi Penjualan yang dilakukan, dengan cara memberikan diskon potongan harga sebaiknya jangan terlalu sering dilakukan, karena hal ini akan mengakibatkan konsumen hanya menunggu adanya promo untuk membeli produk dari Botol Plastik Jogja 12. Sebaiknya perusahaan lebih sering memberikan bonus atau hadiah agar konsumen tetap loyal dan tidak pindah ke produk yang lain.

4. Memaksimalkan Pemasaran Langsung/*Direct Marketing* yang sudah diterapkan, lebih baik tidak hanya dilakukan jika terjadi komplain saja, tetapi juga untuk menjaga hubungan baik dengan perusahaan.

5. Menambahkan Publisitas dalam kegiatan promosi, karena publisitas konsisten membantu perusahaan menjaga citra perusahaan untuk membangun nilai pelanggan. Hasil dari bentuk publisitas salah satunya adalah membuat perusahaan menjadi terkenal atau viral. Dengan begitu perusahaan akan lebih banyak dibicarakan khalayak umum.