

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Strategi Promosi pada Santi Mebel Godean, dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan adalah sebagai berikut:

##### **1. Periklanan (*Advertising*)**

Santi Mebel Godean telah memanfaatkan media periklanan berupa media sosial seperti Instagram dan TikTok serta media cetak sederhana seperti brosur. Periklanan melalui media sosial dinilai cukup efektif karena dilakukan secara rutin dan mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, khususnya masyarakat yang aktif menggunakan platform digital.

##### **2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)**

Strategi promosi penjualan yang diterapkan berupa pemberian potongan harga, promo khusus pada momen tertentu, serta diskon untuk pembelian dalam jumlah besar. Strategi ini mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian dan meningkatkan volume penjualan.

##### **3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)**

Penjualan pribadi dilakukan oleh tenaga sales dengan cara memberikan penjelasan langsung kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Personal selling berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen dapat memperoleh informasi produk secara lebih detail dan jelas

##### **4. Publisitas (*Publicity*)**

Kegiatan publisitas yang dilakukan Santi Mebel Godean antara lain melalui kerja sama dan sponsorship pada acara atau perusahaan tertentu yang membutuhkan furniture. Strategi ini membantu meningkatkan citra

perusahaan serta memperkenalkan produk tanpa harus melakukan promosi secara langsung kepada konsumen.

#### **5. Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)**

Word of mouth menjadi salah satu strategi promosi yang cukup efektif bagi Santi Mebel Godean. Kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang memuaskan mendorong pelanggan untuk merekomendasikan Santi Mebel kepada orang lain, sehingga meningkatkan kepercayaan calon konsumen.

#### **6. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*)**

Pemasaran langsung dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan konsumen yang datang ke toko maupun melalui media komunikasi digital. Strategi ini memudahkan perusahaan dalam menyampaikan informasi produk, menjelaskan keunggulan produk, serta membujuk konsumen untuk melakukan pembelian.

### **B. Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran pada Santi Mebel Godean:

1. Optimalisasi Periklanan dan Media Digital  
Santi Mebel Godean disarankan untuk mengoptimalkan periklanan melalui media digital dengan konten yang lebih kreatif, konsisten, dan memiliki identitas visual yang jelas agar mampu menjangkau konsumen yang lebih luas serta meningkatkan kesadaran merek.
2. Peningkatan Kualitas Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)  
Perusahaan perlu meningkatkan kompetensi tenaga sales melalui pelatihan produk dan komunikasi agar mampu memberikan informasi yang jelas, menarik, dan sesuai

dengan kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian.

3. Penguatan Hubungan dengan Konsumen  
Santi Mebel Godean disarankan untuk memperkuat hubungan dengan konsumen melalui pelayanan yang baik, pemasaran langsung yang terstruktur, serta pemanfaatan testimoni pelanggan guna mendorong pembelian ulang dan promosi dari mulut ke mulut.