

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. CV. Bintang Keramik menerapkan beberapa strategi promosi, antara lain pemberian bonus berupa kuas cat gratis pada setiap pembelian produk Cat Danapaint, pendekatan personal (*personal selling*) untuk menjelaskan kegunaan dan pilihan produk sesuai kebutuhan konsumen, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Strategi ini terbukti memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan, di mana penjualan personal membangun interaksi dan kepercayaan konsumen, sedangkan media sosial efektif memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan eksposur produk. Penerapan strategi tersebut sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menegaskan pentingnya integrasi berbagai elemen bauran promosi dalam mencapai hasil penjualan yang optimal
2. Pelaksanaan strategi promosi produk Cat Danapaint pada CV. Bintang Keramik belum berjalan optimal karena adanya keterbatasan anggaran promosi. Kondisi ini membatasi ruang perusahaan untuk melakukan inovasi dan ekspansi penggunaan media promosi yang lebih variatif dan kreatif. Selain itu, konten promosi serta frekuensi penyampaian pesan pada media yang digunakan untuk memasarkan Cat Danapaint masih kurang maksimal, sehingga efektivitas strategi promosi belum mencapai potensi terbaiknya. Kendala tersebut sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa hambatan pada iklan, promosi penjualan, dan pemasaran langsung dapat menurunkan efektivitas promosi secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan alokasi anggaran, optimalisasi penggunaan media promosi digital, dan penguatan kapasitas sumber daya manusia agar strategi promosi Cat Danapaint dapat memberikan hasil yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa mendatang.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan bagi 60 Bintang Keramik maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan:

1. Optimalisasi anggaran promosi CV. Bintang Keramik perlu mengalokasikan anggaran promosi secara lebih efisien dan proporsional, terutama dengan menambah porsi untuk media digital agar jangkauan promosi lebih luas dan inovatif.
2. Pengembangan Konten dan Frekuensi Promosi Konten promosi di media sosial dan media lain harus lebih kreatif, menarik, serta disesuaikan dengan karakteristik target pasar. Selain itu, frekuensi penyampaian pesan promosi perlu ditingkatkan agar dampak promosi lebih maksimal.
3. Integrasi bauran promosi mengintegrasikan metode personal selling, digital marketing, promosi penjualan, periklanan, dan hubungan masyarakat secara terpadu agar saling mendukung dan menciptakan sinergi yang kuat dalam meningkatkan penjualan.
4. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Melakukan pelatihan dan pengembangan staf pemasaran agar mampu mengelola strategi promosi secara efektif, khususnya dalam penggunaan teknologi digital dan media sosial.
5. Pemantauan dan Evaluasi Strategi melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas strategi promosi yang dijalankan, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan memperbaiki strategi dengan responsif sesuai perubahan pasar dan perilaku konsumen.

Sebagai tambahan, Untuk mengatasi keterbatasan anggaran promosi, disarankan agar pihak toko dan supplier Cat Danapaint melakukan kerja sama dalam bentuk program promosi bersama (*co-branding promotion*). Model ini memungkinkan pembagian biaya promosi antara toko dan supplier, sehingga anggaran yang tersedia dapat lebih besar dan efektif digunakan.