

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Strategi promosi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi promosi merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini dikarenakan strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Sehingga dalam menjalankan usaha kecil, khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategi promosinya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Strategi yang dimaksudkan dalam kajian ini adalah strategi promosi yang berupa *informing* (menginformasikan), *persuading* (membujuk) dan *reminding* (mengingat).

Secara tidak sadar kegiatan strategi promosi ini tidak hanya dilakukan oleh para pengusaha yang memiliki usaha yang sudah terbilang besar, tetapi untuk usaha kecil pun strategi promosi ini sangat penting dan sangat mempengaruhi usaha yang dijalankan oleh seseorang yang baru memulai usahanya yang tentunya dengan harapan untuk barang-barang yang dipasarkan laku di pasaran, sehingga bisa menunjang seseorang untuk mendapatkan keuntungan.

Dari hasil penelitian penulis dapat menarik beberapa kesimpulan di antaranya :

1. *Informing* (memberikan dan mengemas informasi) yang dilakukan oleh pihak Urban Coulture dengan cara memberikan informasi kepada *followers* mengenai produk di media sosial instagram dalam mengenalkan produk adalah dengan cara memposting produknya berulang-ulang, tetapi tetap diselingi produk-produk lain dengan demikian para pelanggan bisa mengingat dengan mudah barang yang ditawarkan lalu Urban Coulture sering memposting pada jam-jam para pelanggan sedang intensif menggunakan media sosial karena menurut pihak Urban Coulture jika memposting tengah malam atau terlalu pagi tidak ada yang melihat postingan mereka. Selanjutnya pihak Urban Coulture mengemas informasi tersebut dengan memberikan kemudahan untuk para pelanggan mencari barang yang mereka pasarkan dengan cara memberikan *hastag* misalnya jika pelanggan mencari merek deus, pelanggan hanya cukup mengetikkan #deus lalu akan muncul barang-barang bermerk deus yang dipasarkan oleh Urban Coulture.
2. *Persuading* (mencakup membentuk *image* pelanggan, mendorong minat pelanggan dan mengubah persepsi pelanggan) yang dilakukan oleh pihak Urban Coulture adalah dengan cara benar-benar serius memberikan gambar yang berkualitas baik, sehingga produk-produk yang ditawarkan akan terlihat lebih bagus jadi para *followers* mereka pun tertarik. Di samping itu Urban Coulture memiliki keunggulan karena barang yang mereka pasarkan adalah barang-barang yang

sudah terkenal di bidangnya sehingga Urban Coulture tidak perlu memberikan sesuatu yang ekstra dalam menjalankan promosinya.

3. *Reminding* (mencakup mengingatkan produk) yang dilakukan oleh Pihak Urban Coulture adalah dengan cara memposting produknya berulang-ulang, tetapi tetap diselingi produk-produk lain dengan demikian para pelanggan bisa mengingat dengan mudah barang yang ditawarkan lalu Urban Coulture sering memposting pada jam-jam para pelanggan sedang intensif menggunakan media sosial karena menurut pihak Urban Coulture jika memposting tengah malam atau terlalu pagi tidak ada yang melihat postingan mereka. Serta ada beberapa tahap yang dilakukan Urban Coulture dalam mengingatkan para pelanggan Urban Coulture di media sosial instagram. Pada hari pertama Urban Coulture hanya mengunggah logo dari produk yang ingin dijual, keesokan harinya baru disusul oleh produknya selanjutnya ditambahkan detail-detail produknya seperti harga, ukuran dan lain-lain.

5.2 Saran

Berikut beberapa saran yang penulis rasa perlu untuk diberikan kepada pihak-pihak terkait, bukan karena benci atau emosi, tetapi lebih berdasarkan pada rasa sayang penulis terhadap semua hal yang ada di sekitar. Semoga bisa menjadi sebuah saran yang membangun.

1. Kepada jajaran staf marketing Urban Coulture agar terus meningkatkan kinerjanya dalam mempromosikan produk-produk yang dipasarkan oleh Urban Coulture. Dengan harapan agar Urban Coulture terus bisa bersaing dalam pasar baik pasar dalam negeri dan terus berkembang hingga dapat bersaing dalam pasar internasional.
2. Lebih giat lagi untuk memberikan inovasi untuk cara membujuk para pelanggan, sehingga mendorong minat para pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Urban Coulture. Dengan harapan Urban Coulture dapat meningkatkan keuntungan yang diraih.
3. Perbanyak waktu dan strategi untuk mengingatkan kembali para pelanggan tentang barang-barang yang ditawarkan oleh Urban Coulture. Dengan harapan pelanggan yang sudah pernah membeli barang di Urban Coulture berniat agar membeli kembali dan pelanggan yang sudah tertarik makin memantapkan dirinya untuk membeli barang-barang yang ditawarkan oleh Urban Coulture.