

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan berikut ini :

1. Bauran Promosi pada CSA Studio Kediri, CSA Studio Kediri menggunakan bauran promosi yang mencakup lima elemen utama: periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Periklanan dilakukan melalui media sosial, brosur, dan spanduk untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menginformasikan produk secara efektif. Promosi penjualan termasuk diskon dan penawaran khusus untuk menarik minat konsumen dan mendorong pembelian. Penjualan perseorangan melibatkan interaksi langsung dengan konsumen, memberikan pelayanan yang baik dan informasi detail tentang produk. Hubungan masyarakat dilakukan melalui kegiatan sosial dan kerjasama dengan pelanggan tetap seperti tukang atau pemborong. Pemasaran langsung memanfaatkan media sosial, telepon, dan SMS untuk menjangkau konsumen secara personal dan menawarkan kemudahan transaksi melalui fitur *COD (Cash On Delivery)*.
2. Implementasi bauran promosi di CSA Studio Kediri telah terbukti efektif dalam meningkatkan omzet penjualan. Meski sempat

mengalami penurunan omzet sebesar 12.50% pada tahun 2020 akibat pandemi COVID-19, CSA Studio Kediri berhasil membalikkan keadaan dengan kenaikan bertahap pada tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 2023, omzet meningkat sebesar 7.09% menjadi Rp 8.139.721.000, berkat strategi promosi yang melibatkan promosi penjualan seperti diskon dan penawaran spesial serta hubungan masyarakat yang memperkuat kerjasama dengan tukang dan pemborong. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan promosi yang berkualitas, CSA Studio Kediri mampu menarik lebih banyak konsumen dan mengukuhkan posisinya di pasar bahan bangunan.

## **B. Saran**

Dari Kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran antara lain sebagai berikut :

### **1. Kepada Ritel CSA Studio Kediri**

Untuk kedepannya, CSA Studio Kediri disarankan untuk terus berinovasi dalam strategi bauran promosi mereka dengan memanfaatkan teknologi digital yang semakin berkembang. Optimalisasi penggunaan media sosial dengan konten yang lebih kreatif dan interaktif dapat menarik perhatian lebih banyak konsumen, sementara pelatihan berkala bagi staf penjualan dapat meningkatkan keterampilan komunikasi dan pengetahuan produk mereka. Meningkatkan program loyalitas dengan penawaran yang

lebih menarik juga dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Selain itu, memperluas kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dan membangun kerjasama yang lebih erat dengan komunitas lokal akan membantu memperkuat citra positif perusahaan. Dengan demikian, CSA Studio Kediri dapat mempertahankan daya saingnya di pasar dan terus meningkatkan omzet penjualannya.

## 2. Kepada peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan disarankan untuk mengeksplorasi aspek-aspek spesifik dari bauran promosi yang mungkin belum sepenuhnya dibahas dalam penelitian ini, seperti dampak promosi digital terhadap loyalitas pelanggan atau efektivitas pemasaran melalui media sosial dalam konteks bisnis lokal. Dengan ini, penelitian di masa depan dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif