

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari beberapa uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu, maka dapat diambil kesimpulan mengenai analisis strategi promosi melalui *discount everyday*, *midnight sale* dan media sosial instagram di Ramayana Departemen Store Kediri dalam meningkatkan penjualan, diantaranya sebagai berikut:

1. Ramayana Kediri ternyata menjadi salah satu cabang Ramayana yang mengalami keterpurakan dalam penjualannya pada kurun waktu 2015-2017 terakhir, namun perusahaan sigap mengambil langkah agar Ramayana Kediri bisa meningkatkan penjualan dan tidak mengalami kebangkrutan dengan menerapkan strategi promosi melalui *discount everyday*, *midnight sale* dan media sosial instagram, tiga hal tersebut meliputi menawarkan diskon yang ada pada setiap item tertentu (sesuai jadwal yang ditentukan) disetiap harinya, kemudian diskon sampai 90% semua jenis produk dalam 2 jam yang dilakukan Ramayana Kediri dalam beberapa bulan sekali, meng-*upload* promo-promo dan kegiatan-kegiatan yang ditawarkan yang ditampilkan pada akun Instagram @ramyanakediri.

2. Penggunaan akun Instagram @ramyanakediri sebagai sarana promosi yang membuat Ramayana Kediri semakin eksis dan dikenal promo-promonya secara luas, para konsumen juga bisa meng-*upload* dan men-*tag* @ramyanakediri yang membantu dan membuat Ramayana dan promo-promonya semakin dikenal oleh kalayak luas, yang mana sebelumnya Ramayana Kediri hanya mempromosikan produk-produknya secara *offline* atau secara langsung. Strategi yang dilakukan Ramayana Departement Store Kediri terbukti dapat meningkatkan penjualan Ramayana Kediri pada tahun 2018, hal ini bisa dibuktikan dengan data peningkatan penjualan pada tahun 2018 dari pada tahun-tahun sebelumnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas sebenarnya Ramayana Kediri dalam strategi promosi dalam mempertahankan usahanya sudah terbilang baik bisa dilihat dengan meningkatnya penjualan pada tahun 2018. Dengan pentingnya penelitian dalam analisis strategi promosi melalui *discount everyday*, *midnight sale* dan media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan di Ramayana Departemen Store Kediri, maka peneliti memberikan sumbangan pemikiran sebagai motivasi dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan keberhasilan penerapan strategi promosi melalui *discount everyday*, *midnight sale* dan media sosial instagram tersebut, adapun sumbangan saran peneliti meliputi:

1. Pemberian diskon-diskon dan kegiatan yang memanjakan para konsumennya strategi atau kebijakan tersebut dimaksudkan sebagai preventif (antisipasi) bagi perusahaan agar usahanya tetap berjalan dan tidak kolaps atau bangkrut, setidaknya strategi ini masih berhasil hingga sekarang, tetapi perusahaan perlu selalu melakukan evaluasi terhadap penjualannya, bagaimana cara melakukan tindakan preventif sebelum terjadi penurunan penjualan lagi, demikian halnya dengan kesimpulan di atas bahwa ada strategi-strategi promosi untuk mempertahankan strategi penjualan itu, dan apabila masih terjadi penurunan penjualan maka perusahaan perlu secepatnya melakukan evaluasi lanjutan untuk mengantisipasi apabila strategi promosi tersebut sudah tidak efektif dan akhirnya membuat strategi promosi baru yang lebih efektif dan efisien.
2. Penginformasian mengenai promo *midnight sale* sebaiknya jauh-jauh hari sebelum promo itu dilakukan pada tanggalnya, karena pemberitahuannya biasanya pada saat promo itu dilakukan, yang menyebabkan informasi tidak menyebar maksimal, ditambah lagi dengan dengan pembuatan katalog atau majalah bulanan bila perlu, untuk para member Ramayana Kediri agar loyal dan makin tertarik berbelanja lagi.
3. Penambahan jam belanja yang hanya 2 jam saja pada *midnight sale*, mungkin bisa ditambah 1-3 jam lagi , sehingga konsumen bisa berlama-lama dalam berbelanja, karena dari pengamatan peneliti

banyak konsumen yang masih banyak melihat barang-barang yang di diskon pada *midnight sale* setelah waktu diskon berakhir.

4. menambahkan promosi secara publisitas melalui media cetak koran baik *online* ataupun *offline* serta melalui radio, agar lebih optimal dan maksimal promosi yang dilakukan Ramayana Kediri, karena mereka belum menerapkan promosi secara publisitas, serta bisa juga memanfaatkan berbagai *market place online* seperti *Tokopedia*, *Shopee*, *Bukalapak*, *Lazada*, dll, dimana masyarakat atau konsumen sekarang lebih tertarik dan sering menggunakan *market place online* untuk memenuhi kebutuhannya dibandingkan harus repot-repot menuju ke tempat belanja *offline*.
5. Pengoptimalan lagi mengenai keistimewaan member yang memiliki kartu member Ramayana, karena dari pengamatan peneliti kartu member ini tidak difungsikan lagi seperti dahulu, dengan pemberian diskon khusus terhadap member yang memiliki kartu tersebut.
6. Peng-*uploadan* foto pada Instagram @ramyanakediri sering kali tidak dilakukan secara rutin, sebaiknya disini peng-*uploadan* dilakukan secara rutin, semisal 3 hari sekali agar para *followers* Ramayana Kediri ingat dan mendapat lebih banyak ketertarikan untuk datang ke Ramayana Kediri.
7. Pemanfaatan penyambungan Instagram ke akun sosila media yang lain, nampaknya belum dimanfaatkan oleh Ramayana Kediri, sebaiknya Ramayana Kediri memanfaatkan fitur tersebut karena akan

memudahkan Ramayana Kediri dengan sekali *upload* akan masuk ke akun-akun media sosial Ramayana Kediri yang lain. hal ini akan membuat semakin dikenal pengguna Instagram saja tetapi media sosial yang lain juga seperti Facebook, Twitter, dan Whatapps.

8. Penambahan fasilitas toilet, tempat duduk, dan ruang ganti yang merata, sebetulnya fasilitas yang ada di Ramayana Kediri sudah cukup lengkap tetapi alangkah baiknya kalau ditambah semisal ruang ganti yang disediakan pada setiap ujung atau tengah ruangan, agar pelanggan tidak perlu kesulitan mencari kamar ganti pada satu ujung ruang saja. Tempat duduk yang belum memadai sebaiknya ramayana memberikan tempat duduk pada setiap lantai ruangnya agar memberikan kemudahan para pengunjung untuk beristirahat, selanjutnya pemberian toilet yang merata pada setiap lantai Ramayana, karena sepengetahuan peneliti toilet hanya terdapat di lantai dasar saja.