

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Dalam hal strategi *promotion mix*, Aleeya Hidroponik menerapkan beberapa variabel promosi atau bauran promosi, yakni strategi periklanan atau *advertising* seperti iklan cetak, pemasangan banner dan brosur. Selain itu juga menggunakan iklan internet melalui media sosial diberbagai *marketplace* Facebook, Instagram dan katalog WhatsApp. Promosi penjualan atau *sales promotion* yang menerapkan pameran dan juga potongan harga serta hadiah yang menarik. Penjualan perseorangan atau *personal selling* dilakukan untuk mendukung kegiatan promosi penjualan yaitu pameran. *Personal selling* menawarkan produk dengan cara menampilkan display produk dan bertatap muka. Hubungan masyarakat atau *public relations* dengan cara membagikan bungkus nasi lengkap dengan lauk pauk dan sayuran agar terjalin keramahtamahan masyarakat sekitar. Pemasaran langsung atau *direct marketing* menerapkan media cetak brosur dan media sosial untuk berkomunikasi langsung dengan konsumen dan juga melalui telepon serta sms.

Jadi, strategi yang digunakan oleh Aleeya Hidroponik menggunakan strategi promoton mix yang menerapkan berbagai cara untuk memromosikan produk yang dijual sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

2. Strategi *promotion mix* yang diterapkan oleh Aleeya Hidroponik untuk meningkatkan volume penjualan melalui *promotion mix* atau bauran promosi terdapat lima variabel yang digunakan namun dalam penerapan di Aleeya Hidroponik menggunakan empat variabel yang digunakan dan efektif untuk meningkatkan volume penjualan terdapat empat variabel yakni *advertising* atau periklanan, *sales promotion* atau promosi penjualan, *personal selling* atau penjualan perseorangan dan *direct marketing* atau pemasaran langsung.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan pembahasan mengenai strategi *promotion mix* yang diterapkan oleh Aleeya Hidroponik dalam meningkatkan volume penjualan, maka peneliti perlu menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Aleeya Hidroponik

Adanya beberapa strategi *promotion mix* yang telah diterapkan oleh Aleeya Hidroponik dapat dipertahankan sebagaimana yang telah dilakukan namun disisi lain Aleeya Hidroponik harus tetap memperhatikan kondisi pasar saat ini dan yang akan datang. Dikarenakan apabila terjadinya suatu perubahan, dimana tidak menutup kemungkinan Aleeya Hidroponik harus merubah strategi

yang dijalankan saat ini sesuai dengan kondisi yang terjadi dan harus tetap menjaga, mempertahankan kualitas produknya agar konsumen merasa puas dan tidak berpindah pada produk yang lainnya. Serta mampu meningkatkan promosi dengan lebih baik lagi agar penjualan produk semakin meningkat.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bahan dan informasi tentang strategi promosi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema sama namun model dan teknis analisis lain sehingga dapat dilakukan proses verifikasi demi kemajuan ilmu pengetahuan.