

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada toko Handphone dan Laptop Dan Cell Warujayeng Tanjunganom Nganjuk dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan, pada Dan Cell menggunakan beberapa strategi dalam melakukan kegiatan promosi agar dapat mencapai tujuan dari promosi tersebut yaitu mengenalkan produk yang dimiliki perusahaan kepada calon konsumen sehingga timbul minat untuk membeli, dengan terjualnya produk yang ditawarkan tersebut maka akan menambah tingkat volume penjualan sehingga akan menambah juga laba yang diperoleh. Adapun strategi dalam promosi yang diterapkan Dan Cell antara lain :
 - a. Menyajikan bentuk promosi yang mampu membujuk calon konsumen agar memiliki minat untuk membeli sesuai dengan tujuan promosi sebagai alat persuasive atau bujukan (Periklanan) dengan strategi sebagai berikut :
 - 1) Menginformasikan secara detail tentang produk yang dipromosikan
 - 2) Mencantumkan informasi yang lengkap dan jelas tentang produk yang dipromosikan, termasuk menggunakan jenis dan ukuran font yang jelas dan mudah terbaca (apabila promosi berbentuk tulisan)

- 3) Informasi yang dicantumkan pada media promosi harus sesuai dengan kondisi produk sesungguhnya (tidak ada penipuan)
 - 4) Menggunakan bahasa yang sopan dan tidak berbelit-belit agar mudah dipahami baik promosi dalam bentuk tulisan maupun presentasi secara langsung
 - 5) Menggunakan pakaian rapi dan sopan dalam melakukan kegiatan promosi agar terkesan baik di masyarakat
 - 6) Memberi hal-hal menarik pada media promosi seperti gambar atau foto yang dapat memicu masyarakat agar berminat untuk membaca keseluruhan informasi yang tercantum
 - 7) Memilih tempat promosi yang strategis agar lebih banyak peluang jumlah orang yang mengetahui promosi
- b. Melakukan presentasi kepada masyarakat secara langsung dengan menjelaskan produk yang ditawarkan (Penjualan personal) dengan strategi sebagai berikut :
- 1) Menggunakan bahasa yang sopan
 - 2) Menggunakan pakaian rapi dan sopan
 - 3) Menggunakan brosur sebagai media sehingga akan lebih mudah untuk menjelaskan produk yang dipromosikan
- c. Melakukan promosi penjualan seperti pemberian diskon, hadiah, kupon undian, dan lain sebagainya agar masyarakat lebih tertarik untuk melakukan pembelian selanjutnya

d. Memiliki hubungan masyarakat yang baik dengan bersikap baik kepada masyarakat, dan dengan memberikan kualitas produk yang baik serta pelayanan yang baik kepada konsumen.

2. Kendala dalam strategi promosi dan solusi

a. Masalah jarak yang jauh untuk dijangkau merupakan salah satu kendala dari strategi promosi, karena untuk mendapatkan peluang promosi dapat diketahui lebih banyak orang maka juga harus memiliki jangkauan lokasi yang lebih luas sampai ke daerah pelosok pula, dan jarak yang jauh tersebut juga memerlukan biaya tambahan untuk transportasi dan waktu yang lama pula. Sehingga jarak menjadi salah satu hambatan dalam kegiatan promosi. Solusinya untuk melakukan kegiatan promosi di lokasi yang jauh maka dilakukan secara serempak dan menghasilkan hasil kerja yang banyak sekaligus sehingga tidak memerlukan waktu lama dan biaya transportasi yang banyak.

b. Masalah tenaga karyawan untuk melakukan promosi di lokasi yang jauh juga merupakan kendala dalam strategi promosi, kendala ini bersangkutan dengan kendala masalah jarak. Karena untuk masalah tenaga karyawan apabila lokasi yang dijangkau jauh juga perlu karyawan yang benar-benar mampu untuk melakukan kegiatan promosi untuk dikirim ke lokasi tersebut. Solusi untuk kendala ini ketika melakukan kegiatan promosi harus memilih karyawan yang berpengalaman dan mampu untuk melakukan kegiatan promosi sendiri, maksudnya agar tidak perlu mengirim terlalu banyak karyawan karena

sedikit karyawan pun sudah bisa melakukan kegiatan promosi dengan baik apabila karyawan tersebut memiliki kemampuan yang baik dalam bekerja.

B. Saran

1. Bagi Dan Cell

Dari hasil penelitian ini, jika dilihat dari beberapa kendala maka saran yang tepat untuk Dan Cell antara lain :

- a. Untuk mengatasi kendala kepercayaan masyarakat yang masih kurang mengenai promosi, hendaknya Dan Cell lebih mempererat hubungan dengan masyarakat dan terus menciptakan kesan positif kepada masyarakat, dan dari kendala mengenai masyarakat kurang mempercayai bentuk promosi yang ada di media sosial dengan alasan karena pengalaman tertipu dengan promosi secara online oleh toko lain maka hendaknya Dan Cell lebih mempertegas bahwa informasi yang dicantumkan tidak ada penipuan apapun dengan menyertakan testimoni atau bentuk ungkapan pelanggan yang telah membuktikan sendiri membeli produk di Dan Cell dan terbukti bahwa kualitas Dan Cell memang sangat baik.
- b. Untuk mengatasi kendala promosi karena adanya masalah jarak maka hendaknya kegiatan Dan Cell dalam menyebarluaskan promosi hingga ke daerah terpencil harus mempersiapkan dahulu dengan matang apapun yang dibutuhkan untuk kegiatan promosi yang akan dilaksanakan, sehingga untuk lokasi yang jauh dan

memerlukan waktu tempuh yang lama kegiatan akan berlangsung lancar dan menghasilkan hasil kerja yang banyak sekaligus serta mendapat hasil yang mampu bertahan lama, sehingga tidak memakan waktu yang lebih lama lagi karena sekali perjalanan sudah mendapatkan pekerjaan yang banyak sekaligus.

- c. Untuk mengatasi kendala kurangnya tenaga kerja yang akan dikirim untuk kegiatan promosi yang membutuhkan tenaga penjual dengan jumlah banyak karena harus melakukan presentasi atau tatap muka kepada masyarakat secara langsung, hendaknya Dan Cell dalam pengiriman tenaga kerja benar-benar melakukan seleksi yang matang untuk memilih tenaga kerja yang berkualitas dan benar-benar mampu menarik konsumen sendiri, sehingga meskipun tidak terlalu banyak yang dikirim untuk melakukan kegiatan promosi yang mana membutuhkan banyak tenaga karyawan akan tetapi dengan sedikit karyawan saja sudah mampu melaksanakan kegiatan promosi dengan baik karena yang dikirim benar-benar karyawan yang memiliki kemampuan lebih.

2. Bagi akademik

Hendaknya hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi akademik yang berguna untuk dijadikan acuan civitas akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, khususnya terkait strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hendaknya hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.