

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan promosi merupakan sebuah strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar di dalam memasarkan produknya dengan berbagai macam media promosi. Pelaksanaan promosi pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan agar terus berkembang dan tetap bertahan diantara maraknya persaingan dunia bisnis yang semakin ketat. Promosi yang digunakan pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo adalah dengan strategi above the line yang meliputi periklanan, dimana produk perusahaan diperkenalkan melalui media cetak maupun media elektronik seperti televisi, koran, majalah, dan juga billboard. Contoh periklanan yang dilakukan oleh PT. Avia Avian Brands Sidoarjo yaitu: iklan cat tembok Avian dan Avitex (yang merupakan produk unggulan yang bertahan selama belasan tahun), cat Anti Bocor No Drop (produk baru berupa cat pelapis anti bocor. Strategi above the line lainnya yaitu melalui promosi penjualan dimana PT. Avia Avian Mengadakan undian 1 unit sepeda motor sepanjang tahun 2013.

Selain itu PT. Avia Avian juga melakukan strategi below the line dimana promosi dilakukan melalui publisitas yakni menjadi sponsor utama klub sepak bola Persebaya, dan juga melakukan promosi penjualan dengan cara memberikan pelayanan kepada distributor dan ritel yang berupa potongan harga, hadiah langsung, maupun bonus ekstra barang.

2. Promosi merupakan salah satu strategi yang sangat efektif dalam mencapai target penjualan pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo. Memang pada umumnya promosi selalu digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar seperti halnya yang telah dilakukan oleh PT. Avia Avian Brands Sidoarjo sebagai upaya mencapai target penjualan perusahaan, bahkan juga dapat digunakan sebagai strategi meningkatkan volume penjualan perusahaan. Dengan promosi, suatu perusahaan akan dengan mudah mengenalkan serta memasarkan produknya, dan promosi merupakan salah satu strategi dalam pemasaran yang mendapatkan umpan balik lebih cepat. Dalam menentukan strategi promosinya, perusahaan diharapkan terlebih dahulu mempertimbangkan anggaran biaya yang akan dikeluarkan dengan estimasi pendapatan yang akan didapatkan nantinya.

B. Saran

Setelah peneliti mengadakan penelitian Studi Strategi Pemasaran Tentang Promosi Sebagai Strategi Mencapai Target Penjualan Pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo, maka peneliti memberikan saran-saran yang mungkin

dapat menjadi bahan masukan untuk PT. Avia Avian Brands Sidoarjo.

Adapun saran-saran penulis sebagai berikut:

1. Promosi pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo agar terus dilakukan dan lebih digencarkan lagi. Hal itu disebabkan karena promosi merupakan salah satu kegiatan vital dalam pemasaran yang dapat memberikan dampak berupa profit bagi perusahaan.
2. Promosi sebaiknya dapat ditingkatkan dengan berbagai macam inovasi atau pilihan hadiah yang akan digunakan sebagai penarik minat pelanggan.
3. Kualitas produk harus terus ditingkatkan, dan dalam pelaksanaan promosinya nanti isi pesan harus tetap disesuaikan dengan kualitas asli produk. Dengan begitu pelanggan tidak akan lari dan berpindah ke produk lain karena pelanggan sudah percaya dengan produk yang ditawarkan.