

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Suatu perusahaan harus menentukan target pasar dan bagaimana strategi yang dapat dilakukan atau diterapkan untuk menjalankan perusahaannya.
2. Strategi promosi dapat dilakukan oleh perusahaan dengan periklanan, penjualan, perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, dan pemasaran secara langsung.
3. Strategi promosi yang dilakukan oleh Moza Bags yaitu melalui strategi konvensional dan digital, dimana kedua strategi tersebut telah berhasil menarik minat para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Moza Bags.
4. Realisasi penjualan Moza Bags pada masa pandemi meningkat karena beberapa faktor, namun pada tahun 2020 target penjualan yang sudah ditentukan tidak dapat terealisasi.

#### **5.2 SARAN**

Adapun saran yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Hendaknya Moza Bags dapat menentukan target pasar lainnya, tidak hanya wanita remaja dan wanita dewasa, tetapi juga laki-laki. Dengan cara menjual produk tas atau dompet laki-laki.
2. Sebaiknya melakukan evaluasi dengan rutin pada penerapan strategi promosi yang telah dilakukan, untuk mengetahui apakah strategi promosi tersebut memiliki kelemahan atau sudah baik.
3. Sebaiknya strategi konvensional dapat diperbaiki lagi mulai dari tampilan spanduk, x-banner, member card, dengan ide yang lebih kreatif. Dan

strategi digital harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi terutama pada media sosial Facebook.

4. Hendaknya strategi promosi yang sudah dilakukan selama masa pandemi ini dapat dipertahankan dan dapat ditingkatkan lagi agar realisasi penjualan tahun ini dapat tercapai.