

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil dari uraian pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan dan mencoba memberi saran atas permasalahan yang ada pada CV. Perintis Green Azizia Kota Lubuklingga.

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Penerapan promosi yang dilakukan oleh CV. Perintis Green Azizia Kota Lubuklinggau sudah baik hanya saja belum cukup optimal sehingga perusahaan belum dapat maksimal dari omset penjualan yang didapat karena omset yang didapatkan tersebut mengalami penurunan dan peningkatan sehingga tidak mencapai target. Adapun penerepan promosi yang dilakukan perusahaan CV. Perintis Green Azizia Kota Lubuklinggau sebagai berikut:

a. Periklanan (*Advertising*)

CV. Perintis Green Azizia Kota Lubuklinggau melakukan promosi periklanan melalui media cetak yaitu brosur, penyebaran brosur biasanya dilakukan selama (satu) 1 kali dalam (satu) 1 minggu yaitu berkisar 50 lembar.

b. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

Promosi ini dilakukan oleh CV. Perintis Green Azizia Kota Lubuklinggau khususnya tim marketing (sales) dengan cara menjelaskan secara rinci kelebihan dari produk yang dijual kepada konsumen yang mudah dipahami dengan menggunakan alat bantu berupa brosur.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan yang dilakukan CV. Perintis Green Azizia Kota Lubuklinggau, dengan memberikan potongan-potongan harga sesuai dengan kesepakatan yang ditetapkan. Pada media sosial *Facebook* CV. Perintis Green Azizia Kota lubuklinggau banyak memposting tanah kavlingan dengan keterangan yang menawarkan diskon atau potongan

serta bonus yang didapatkan seperti keterangan “promo tanpa uang muka angsuran 500 ribu/bulan x 36 bulan”.

2. Pada CV. Perintis Green Azizia Kota Lubuklinggau *Personal selling* (penjualan tatap muka) sangat berperan penting dalam upaya penjualan dengan memaksimalkan dalam proses pelayanan, mengelola komunikasi dengan baik dan keaktifan dalam menjalankan peranya sebagai *Personal selling*.

## 5.2 Saran

1. CV. Perintis Green Azizia Kota Lubuklinggau telah melakukan kegiatan promosi dengan baik namun harus terus melakukan pengontrolan dan meningkatkan periklanan, penjualan perseorangan dan promosi agar penjualan produk kavlingan dapat semakin meningkat.
2. CV. Perintis Green Azizia Kota Lubuklinggau sudah melakukan penerapan promosi dengan baik tetapi ada 1 (satu) yang kurang efektif. Dalam mempromosikan produk melalui media sosia *Instagram*. Hanya Memposting gambar saja yang mengakibatkan ketidakatarikan sepihak dari konsumen. Perusahaan harus mampu untuk meningkatkan kekurangan tersebut karena berpengaruh dalam upaya penjualan sebaiknya pihak perusahaan menambah penjelasan mengenai produk yang dijual agar konsumen dapat mengetahui produk yang dijual.