

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. IVM Petshop sudah menerapkan strategi promosi penjualan untuk mencapai target penjualan kecuali hubungan masyarakat/ *public relations*. Realisasi penjualan IVM Petshop tidak mencapai target penjualan pada tiga tahun terakhir dikarenakan kurang maksimalnya promosi yang dilakukan.
2. Tahapan strategi Promosi yang digunakan IVM Petshop dalam pencapaian target penjualan adalah strategi konvensional (spanduk dan kartu nama bisnis) dan digital (sosial media Instagram, *e-commerce* Shopee dan Tokopedia).

#### **5.2 Saran**

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

1. Sebaiknya IVM Petshop memaksimalkan lagi kegiatan promosi yang sudah dilakukan seperti strategi konvensional dapat diperbaiki lagi dengan mengganti spanduk dengan memberikan desain yang menarik pemilihan warna yang tepat serta informatif dan menambahkan promosi menggunakan brosur yang menarik sehingga dapat menarik perhatian dan mempengaruhi keputusan dalam membeli produk yang dijual.
2. Hendaknya IVM Petshop harus menambah promosi yang dilakukan agar lebih efektif dalam pencapaian target penjualan, seperti menggunakan media sosial TikTok karena TikTok memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, dan memiliki fitur TikTok Ads yang dapat memaksimalkan promosi yang dilakukan dalam pencapaian target penjualan.