

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Perusahaan harus menentukan target pasar dan menerapkan strategi promosi yang bisa meningkatkan target penjualan. Strategi promosi yang dapat dilakukan meliputi periklanan yaitu spanduk dan billboard, penjualan perseorangan, informasi dari mulut ke mulut, dan pemasaran langsung melalui media sosial.
2. Strategi promosi yang dilakukan oleh Yongmi Petshop melibatkan pendekatan konvensional dan digital. Pendekatan konvensional mencakup iklan cetak dan promosi di toko fisik, sementara strategi digital melibatkan pemasaran melalui media sosial dan iklan online. Tetapi pada media sosial Instagram dan Facebook Yongmi Petshop kurang aktif dalam mempromosikan barang yang mereka tawarkan.

5.2 Saran

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

1. Yongmi Petshop hendaknya memperluas target pasar tidak hanya untuk remaja dan dewasa, tetapi juga untuk keluarga. Selain itu, sebaiknya dilakukan evaluasi rutin terhadap strategi promosi yang diterapkan untuk mengidentifikasi kelemahan dan memastikan efektivitasnya.
2. Strategi konvensional Yongmi Petshop sebaiknya diperbaiki, termasuk tampilan spanduk dan billboard dengan ide yang lebih kreatif, sementara strategi digital, terutama di media sosial Facebook dan Instagram ditingkatkan lagi. Strategi promosi yang sudah dilakukan hendaknya tetap dipertahankan dan ditingkatkan, serta ditambahkan strategi baru seperti

promosi melalui e-commerce yaitu Shopee untuk mempromosikan produk tersebut.