

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Rafika Mulia Indonesia (Rafika *Catering*) hanya menggunakan 2 (dua) bauran promosi dari 4 bauran promosi yang ada yaitu berupa periklanan dan publisitas.

a) Periklanan

PT Rafika Mulia Indonesia (Rafika *Catering*) melakukan promosi dengan cara menggunakan kartu nama, papan nama, menggunakan kendaraan operasional, papan nama yang diletakkan di meja serta media sosial seperti *facebook* sebagai sumber informasi bagi para konsumen. Penggunaan kartu nama, kendaraan operasional, papan nama dan media sosial saat ini masih efektif untuk dilakukan.

b) Publisitas

Promosi dengan cara publisitas juga digunakan oleh PT Rafika Mulia Indonesia (Rafika *Catering*) dimana perusahaan pernah diliput oleh 2 buah surat kabar lokal di Kota Palembang seperti Sriwijaya Post dan Juga Palembang Pos pada tahun 2012-2013. Namun, nampaknya penggunaan 2 (dua) buah bauran promosi (*Promotional Mix*) yang digunakan saat ini masih belum dapat mewujudkan tercapainya target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan sebelumnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang penulis jelaskan diatas, PT Rafika Mulia Indonesia (Rafika *Catering*) hanya menggunakan 2 (dua) bauran promosi untuk meningkatkan penjualannya. Untuk itu, penulis mencoba memberikan saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perkembangan perusahaan kedepannya. Adapun saran yang penulis berikan yaitu dengan menerapkan seluruh variabel bauran promosi (*Promotional Mix*) yaitu:

- a) Periklanan
- b) *Personal Selling*
- c) Promosi Penjualan
- d) Publisitas

Kegiatan periklanan dan publisitas yang dilakukan PT Rafika Mulia Indonesia masih efektif untuk dilakukan. Sedangkan dalam kegiatan *personal selling*, PT Rafika Mulia Indonesia (*Rafika Catering*) dapat membuka stan pada saat acara-acara di gedung. Selain itu, dalam promosi penjualan PT Rafika Mulia Indonesia (*Rafika Catering*) dapat mengikuti pameran yang diadakan di kota Palembang, dengan mengikuti pameran PT Rafika Mulia Indonesia (*Rafika Catering*) akan lebih dikenal oleh masyarakat, karena biasanya pada saat pameran berlangsung banyak menarik perhatian masyarakat untuk melihat pameran tersebut. Selain itu, PT Rafika Mulia Indonesia (*Rafika Catering*) dapat melanjutkan iklan yang telah dijalankan sebelumnya. PT Rafika Mulia Indonesia (*Rafika Catering*) dapat melanjutkan kerjasama yang pernah terjalin dengan 2 (dua) stasiun televisi swasta yang ada di Palembang agar perusahaan dapat menghemat biaya untuk melakukan iklan. Namun, harus tetap memperhatikan biaya yang dikeluarkan. Melanjutkan kerjasama atau pemasangan iklan di televisi dapat dilakukan oleh PT Rafika Mulia Indonesia (*Rafika Catering*) apabila biaya yang dikeluarkan sebanding dengan keuntungan yang nantinya di dapat.

Penggunaan *blogger* menurut penulis juga dapat menjadi pertimbangan PT Rafika Mulia Indonesia (*Rafika Catering*) karena mengingat penggunaan *Blogger* merupakan jenis iklan yang tergolong tidak membutuhkan biaya yang cukup besar, namun masyarakat luas para pengguna internet dapat mengakses dan mengetahui informasi tersebut.