

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 SIMPULAN**

Penulisan mengenai “Strategi promosi karawo pada Toko Maharani” yang dilihat pada periklanan dan pemasaran langsung yang digunakan baik dalam menginformasikan, membujuk maupun mengingatkan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian pada sebuah produk yang ditawarkan. Periklanan dan pemasaran langsung merupakan -bagian dari komponen bauran promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan produk usaha agar bisa dikenal dan minati oleh khalayak.

1. Strategi promosi periklanan pada Toko Maharani sudah berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan terbukti dengan adanya perencanaan dalam meletakkan banner, papan iklan dengan melalui berbagai macam pertimbangan baik itu dari segi tempat yang strategis, jaraknya, banyaknya orang yang berada di tempat tersebut. Selanjutnya paper bag Toko Maharani berfungsi sebagai media periklanan yang cukup efektif dalam menarik konsumen yang baru untuk membeli karawo. Kemudian untuk radio dalam proses pemberitaannya selalu diputar berulang-ulang agar konsumen dapat semakin terpersuasi dengan kerajinan karawo. Meskipun demikian untuk media koran dan televisi belum begitu maksimal terkendala oleh besarnya pembiayaan iklan dan juga pergantian kepemimpinan dari yang direktur ke Manajer.
2. Strategi promosi pemasaran langsung karawo pada Toko Maharani yaitu melalui BBM dan via telpon untuk memperoleh respon secara langsung dari

para konsumen terhadap kerajinan karawo yang ditawarkan. selanjutnya untuk barang-barang pajangan berfungsi untuk menarik perhatian para konsumen yang berlalu lalang didepan toko agar mau mendatangi toko dan sesegera mungkin melakukan pembelian terhadap karawo. Selanjutnya dengan membuka cabang baru Toko Maharani di area Mall bertujuan untuk menjaring para konsumen mana yang dapat di jadikan target atau sasaran penjualan.

3. Penggunaan pesan yang digunakan oleh Toko Maharani yaitu dengan menggunakan tag line Toko Maharani dan juga pesan yang berisikan informasi mengenai kerajinan karawo kemudian membujuk serta mengingatkan sasaran akan kerajinan karawo dan usaha pada masyarakat luas, terlebih khusus untuk para konsumen yang dari luar Kota yang belum Mengetahui manfaat dan kegunaan dari kerajinan karawo.

## **1.2 SARAN**

Secara umum strategi promosi karawo pada Toko Maharani sudah berjalan dengan baik akan tetapi perlu adanya peningkatan dibeberapa bagian, diantaranya

1. Dalam beriklan, hendaknya lebih memaksimalkan lagi penggunaan media koran dan televisi karena melalui iklan sebuah produk dapat dikenal oleh khalayak, “tak kenal maka tak sayang” dari perkenal dapat menimbulkan rasa kecintaan konsumen terhadap produk maupun usaha.

2. Dari segi pemasaran langsung, kiranya bisa menggunakan media online seperti *faceboook*, *twitter*, web site dan lain sebagainya agar tidak kalah saing dengan pengusaha-pengusaha yang menjual hasil kerajinan serupa.