



## BAB V

### PENUTUPAN



Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Simpulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Strategi promosi sudah menjadi sebuah aktivitas promosi yang sering kita temui diseluruh perusahaan. Tujuan dari strategi promosi yang dibuat diliputi dari banyak hal seperti membangun *branding*, memperkenalkan produk, dan yang paling penting untuk meningkatkan penjualan. Setiap perusahaan memiliki cara dan strategi masing – msing untuk mempromosikan mulai dari pemilihan strategi promosi, media yang dipilih, dan masih banyak lagi cara – cara yang dilakukan dari setiap perusahaan. Ketika sebuah perusahaan membuat promosi, hampir seluruh divisi bertanggung jawab dan bekerja sama untuk mensukseskan promosi tersebut. Seperti yang dilakukan oleh Ini Burger saat mengeluarkan strategi promosi paket hemat tengah bulan, seluruh divisi mulai dari tim marketing hingga tim produksi ikut serta mensukseskan promosi tersebut.

Pengaplikasian bauran promosi paket hemat tengah bulan Ini Burger cabang Sumagung juga mengikuti kelima dari pembagian dalam bauran promosi itu sendiri. Kelima dimensi yang dimaksud adalah periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Mulai dari periklanan, bentuk komunikasi ini membuat promosi Ini Burger menjadi diketahui banyak orang seperti membuat *banner* di setiap outlet serta melakukan iklan berbayar di media sosial Ini Burger. Pada dimensi penjualan perseorangan, Ini burger juga melakukannya dengan cara memberikan informasi kepada setiap karyawan untuk mengunggah *posting*-an promosi paket hemat tengah bulan di setiap media sosial pribadi milik setiap karyawan. Hal ini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membuat Ini Burger mempunyai *target market* baru untuk meningkatkan penjualan. Tidak sedikit teman dari karyawan Ini Burger yang memesan karena unggahan yang diunggah oleh karyawan Ini Burger. Tidak hanya sampai disana saja, karyawan juga dituntut untuk aktif dalam menawarkan promosi yang sedang dijalankan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan atau harga per *bill* atau kuantiti per transaksinya.

Promosi yang dilakukan Ini Burger juga membuat beragam, seperti yang dilakukan Ini Burger pada promo paket hemat tengah bulan yaitu dengan membuat paket serta potongan harga yang membuat pembelinya tertarik. Tidak hanya itu saja, Ini Burger juga membuat *branding* dengan melakukan pendekatan hubungan masyarakat dengan membuat *gimmick* nama promo paket hemat tengah bulan. Nama dari promo paket tersebut dibuat dengan tujuan menginginkan setiap pembelinya bisa tetap membeli produk dari Ini Burger walaupun pada pertengahan bulan yang dimana sudah jauh dari gaji. Dan yang terakhir, pada pemasaran langsung juga didukung dari setiap karyawan di outlet untuk memberikan informasi ketika sedang bertransaksi dengan setiap pembeli agar pembeli mengetahui promosi yang sedang berlangsung. Pemasaran langsung ini juga harus dilakukan untuk berlangsungnya sebuah promosi.

Media promosi yang dijalankan oleh Ini Burger melalui media sosial yaitu Instagram dan TikTok. Pada akun Instagram Ini Burger terdapat 13.152 pengikut sedangkan untuk TikTok terdapat 364 pengikut. Hal ini juga membuat Ini Burger lebih aktif dalam Instagram daripada TikTok untuk penginformasian kepada pengikutnya karena dilihat dari jumlah pengikutnya yang sudah jelas berbeda. TikTok dari Ini Burger itu sendiri hanya untuk mencoba *market* baru saja. Keduanya mempunyai peran penting dalam kesuksesan strategi promosi paket hemat tengah bulan. Penyebaran informasi dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bentuk masal sangat memudahkan Ini Burger untuk memberikan informasi kepada pembeli dengan sangat cepat dan mudah. Seluruh fitur digunakan dengan baik oleh Ini Burger seperti Instagram *advertisement* dan *direct message*. Hal ini juga memudahkan tim marketing dari Ini Burger. Selain dari *cost* yang dikeluarkan tergolong rendah, penggunaan media sosial untuk media promosi juga menjadi pilihan kebanyakan perusahaan pada era digital sekarang ini.

Strategi penetapan harga juga menjadi kendala dari Ini Burger karena selain Ini Burger harus mengeluarkan promosi yang dimana akan ada pemotongan keuntungan, produk yang dijual dari Ini Burger juga mempunyai *food cost* yang terbilang cukup tinggi untuk kalangan bisnis makanan. Maka dari itu, Ini Burger membuat promo dengan paket sehingga banyaknya produk yang terjual membuat Ini Burger semakin mendapat keuntungan yang besar juga.

Dari ketiga analisis yang dilakukan peneliti untuk paket hemat tengah bulan Ini Burger cabang Suamung, peneliti menyimpulkan bahwa Ini Burger cabang Sumagung mampu meningkatkan penjualan sebanyak kurang lebih 40% dari strategi promosi paket hemat tengah bulan. Hasil ini dibandingkan juga dengan pertengahan bulan dari tanggal 15-31 pada bulan Januari 2022 dan Febuari 2022.

## B. Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran bagi pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Saran yang diberikan sebagai berikut

### 1. Saran Akademis



Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan hanya menggunakan teori bauran promosi sehingga untuk mengkaji penelitian ini lebih baik lagi. Namun peneliti mengetahui bahwa penelitian ini dapat dianalisa menggunakan metodologi kuantitatif dan juga dengan berkembangnya media – media lain yang lebih cocok terutama dengan penggunaan promosi di media sosial. Untuk itu, diharapkan dapat mengunggah para penulis lainnya untuk melakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam untuk menambah dan memperkaya pengembangan ilmu – ilmu komunikasi.

## 2. Saran Praktis

Dalam penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran bagi pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Saran yang diberikan sebagai berikut:

- Strategi promosi merupakan strategi komunikasi antara *brand* dengan masyarakat. Diharapkan Ini Burger bisa membuat strategi promosi yang lebih baik dan kreatif lagi untuk bisa meningkatkan penjualan yang lebih baik juga.
- Di harapkan kepada seluruh divisi mampu bekerjasama untuk mencapainya sebuah kesuksesan dalam strategi promosi lainnya. Sehingga membuat strategi promosi ini menjadi sebuah aktivitas promosi yang dapat meningkatkan penjualan semakin besar.

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.