

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan penelitian tentang strategi promosi Lakone Wedding Organizer Semarang dalam meningkatkan penjualan pada tahun 2017, maka penulis dapat memberikan kesimpulan dan saran sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Dalam perkembangannya, capaian Lakone lebih besar dari target yang telah ditentukan. Pada tahun 2017 Lakone Wedding Organizer berhasil menjaga kestabilan capaian target yang telah mereka tentukan sebelumnya yakni meningkat dua kali lipat atau sebanyak 100%. Namun capaian tersebut tidak lebih besar dari tahun 2016 yang capaian targetnya mencapai hampir 150%.

Beberapa hal yang memengaruhi capaian yang cukup signifikan di tahun 2016 tersebut adalah gencarnya pemberitaan tentang Lakone Wedding Organizer yang berhasil menyelenggarakan sebuah acara pernikahan di salah satu gedung yang bersejarah di Semarang bahkan di Indonesia yakni Lawang Sewu.

Dengan gencarnya pemberitaan mengenai keberhasilan Lakone Wedding Organizer di beberapa surat kabar, nama dan *image* Lakone menjadi lebih dikenal dan lebih diperhitungkan masyarakat luas. Sehingga tidak menutup kemungkinan kekuatan word of mouth dari tiga sumber utama yakni dari personal sources yakni dari sumber orang-orang terdekat seperti kerabat dan teman dekat, expert sources yakni dari sumber orang yang ahli akan suatu ilmu tertentu seperti misalnya seorang dokter yang menggunakan jasa Lakone,

dan dari derived sources yakni dari sumber orang ketiga seperti dari tamu undangan yang hadir di acara pernikahan yang diselenggarakan oleh Lakone.

Dalam pelaksanaan strategi promosinya, terdapat dua strategi yang menjadi andalan dari Lakone yakni strategi personal selling dan word of mouth. personal selling atau penjualan perorangan memiliki keunggulan yakni seorang marketing dapat bertatap muka langsung.

Dalam personal selling Lakone melakukannya ketika diadakan event *wedding expo* atau acara pameran wedding karena dalam event itu otomatis klien yang datang adalah calon klien yang potensial dan marketing bisa leluasa melakukan negosiasi atau diskusi apa yang diinginkan oleh calon klien. Sifat – sifat personal selling adalah personal atau perorangan, direct respons atau tanggapan langsung, mempererat hubungan perusahaan dan konsumen dan biaya yang tinggi. Namun menurut Lakone sifat-sifat personal selling tersebut dianggap lebih luwes karena marketing dapat berdiskusi langsung, mendengarkan segala masukan klien dan menyesuaikan secara langsung kebutuhan masing – masing calon konsumen dan hal – hal tersebut sangat penting bagi pelaksanaan promosi Lakone kedepannya.

Sedangkan *Word of Mouth* sangat membantu Lakone untuk mendapatkan calon klien karena calon klien sudah tau dari rekan, kerabat kerja, saudara, atau postingan testimony yang memberitakan bahwa kinerja Lakone yang bagus dalam menggelar acara pernikahan.

Tujuan jangka panjang yang ingin dicapai Lakone Wedding Organizer adalah branding sebagai wedding organizer yang dapat dikenal masyarakat secara luas, baik bagi masyarakat pada umumnya yang berpotensi menjadi calon klien namun juga dikenal oleh beragam vendor tersebut. Dengan begitu, nama dan image Lakone dapat menjadi brand yang

paling diingat bagi masyarakat Semarang pada umumnya, dan dapat menyebar ke kota lainnya dengan kekuatan word of mouth.

B. Saran

Sedangkan beberapa saran yang dapat peneliti berikan untuk Lakone Wedding Organizer untuk pengembangan penelitian berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Mengerucutkan target strategi promosinya agar pesan promosinya dapat lebih terarah dan memudahkan untuk menjadi top of mind bagi targetnya
2. Lebih aktif dalam menggunakan sosial media dalam melakukan kegiatan promosi misalnya dengan berpromosi di instagram *one day one post*
3. Menambah media lain yang digunakan untuk kegiatan promosi yang berkaitan dengan teknologi seperti website Lakone sendiri
4. Menjalin hubungan baik dengan mantan klien Lakone misalnya dengan cara memberikan kado sebagai ucapan terimakasih karena sudah menggunakan jasa Lakone

Saran bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji mengenai strategi promosi penjualan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan strategi positioning agar Lakone lebih terlihat unggul dari pada jasa wedding organizer lainnya.