

BAB IV
PENUTUP
KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan sajian data serta pembahasan dalam penelitian ini yang berjudul Strategi Promosi Pustaka Nizamiyah dalam Meningkatkan Oplah Penjualan, dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut :

A. KESIMPULAN

Perusahaan penerbit dan distributor Pustaka Nizamiyah dalam meningkatkan oplah penjualan melalui strategi promosi belum maksimal pada tiap tahapnya yang meliputi tiga tahapan, yaitu perencanaan, implementasi, evaluasi. Pada ketiga tahap tersebut Pustaka Nizamiyah belum melakukannya sesuai dengan kaidah ilmiah strategi promosi secara menyeluruh, artinya ada bagian-bagian pada tahap perencanaan, implementasi serta evaluasi yang tidak dilakukan dengan baik, tepat, serta efektif. Sehingga terindikasi adanya kekurangan-kekurangan pada beberapa bagian pada tahap perencanaan, tahap implementasi, serta evaluasi.

Pada tahap perencanaan yang meliputi mengidentifikasi audiens, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, penggunaan saluran komunikasi, dan menetapkan anggaran promosi terindikasi adanya satu kekurangan, yaitu dalam mengidentifikasi audiens sasaran sebagai target market Pustaka Nizamiyah belum melakukannya dengan baik, hal ini terlihat

dalam penerapan segmentasi hanya menerapkan segmentasi berdasarkan geografi dan demografi saja. Sementara itu segmentasi berdasarkan psikografi dan tingkah laku tidak diterapkan. Padahal untuk mendapatkan target audiens yang sangat potensial harus mempertimbangkan keseluruhan segmentasi.

Pada tahap implementasi yang meliputi divisi yang bertanggung jawab dalam promosi, menetapkan waktu serta lokasi promosi, dan penggunaan bauran promosi terindikasi adanya dua kekurangan yaitu pertama dalam menetapkan waktu dalam promosi Pustaka Nizamiyah belum baik, dikarenakan adanya intensitas waktu promosi yang lambat dari sebagian penggunaan alat-alat promosi (*promotion tools*). Dalam menentukan lokasi Pustaka Nizamiyah cukup memadai, dikarenakan promosi dilakukan sesuai dengan tiap koordinasi wilayah. Kedua pada penggunaan bauran promosi khususnya periklanan, pada penggunaan bauran promosi media periklanan Pustaka Nizamiyah kurang maksimal karena hanya menggunakan satu media cetak saja yaitu Suara Merdeka. Padahal tiap area pemasaran dan promosi perusahaan ini tiap koordinasi wilayah memiliki media cetak primer sendiri. Juga tidak menggunakan media elektronik seperti TV dan radio. Namun dalam penggunaan media iklan lini bawah Pustaka Nizamiyah sudah memadai seperti brosur, *leaflet*, katalog, daftar harga.

Pada tahap evaluasi perusahaan penerbit dan distributor Pustaka Nizamiyah belum melakukannya dengan baik, karena memiliki *scedule* pengevaluasian hasil kinerja sesuai dengan prosedur yang telah diterapkan perusahaan tersebut selama ini, yaitu pengevaluasian persemester (enam bulan)

dengan hanya meninjau hasil penjualan persemester. Namun penulis melihat untuk saat ini perusahaan penerbit dan distributor Pustaka Nizamiyah tidak efektif dalam menerapkan sistem ini. Apalagi dalam kondisi untuk mengejar target penjualan atau peningkatan omplah penjualan yang selama ini belum tercapai, sehingga penerapan evaluasi harus ada alternatif lain yaitu menerapkan evaluasi berdasarkan analisis SWOT yaitu menganalisa berdasarkan kekuatan (strength), kelemahan (weaknes), peluang (opportunities), ancaman (threats).

B. SARAN

Dari hasil kesimpulan yang telah dinyatakan pada penelitian ini, penulis menyatakan beberapa saran sebagai bentuk masukan atau alternatif lain sebagai pertimbangan perusahaan penerbit dan distributor Pustaka Nizamiyah dalam melaksanakan program strategi promosi untuk meningkatkan omplah penjualan produk. Berikut beberapa saran yang dinyatakan dalam penelitian ini terkait dengan beberapa hal pada tahap implementasi dan evaluasi yang menurut penulis perlu adanya masukan atau alternatif lain sebagai bentuk perbaikan pelaksanaan strategi promosi, sebagai berikut :

B.1. Pada Tahap Perencanaan

- 1.1 Pada Tahap perencanaan dalam hal mengidentifikasi audiens sasaran, Sebaiknya segmentasi berdasarkan psikografi dan tingkah laku juga

diterapkan, hal ini diharapkan akan memunculkan target audiens yang benar potensial.

B.2. Pada tahap Implementasi

- 2.1. Sebaiknya Pustaka Nizamiyah dalam menentukan waktu promosi diperhatikan dengan baik intensitasnya, karena terpaan promosi melalui berbagai *promotion tools* dapat menjadikan audiens ingat untuk membeli.
- 2.2. Pada bauran promosi, periklanan harus dioptimalkan terutama pada media cetak. Dikarenakan tiap masing – masing daerah atau kota memiliki media cetak unggulan (besar). Maka menggunakan koran-koran tersebut sebagai media untuk memasang iklan sangat tepat dalam menjangkau wilayah-wilayah tiap daerah, seperti di Jawa Timur dengan Koran Jawa Pos, di DIY dengan Koran Kedaulatan Rakyat, di Jawa Tengah dengan Suara Merdeka, dan lain-lain. Begitu juga dengan Tabloid dan Majalah yang sesuai dengan produk.
- 2.3 Apabila anggaran tersedia, tidak ada salahnya untuk mencoba beriklan pada media elektronik seperti TV dan Radio. Meskipun jarang sekali terlihat dan terdengar adanya iklan produk buku pada media TV dan Radio. Dikarenakan kedua media ini memiliki sifat *informing, reminding, persuading* cukup tinggi.
- 2.4. Meningkatkan penggunaan media internet, seperti memanfaatkan situs website gratis, face book, fasilitas banner pada situs-situs yang menyediakan space iklan tersebut, dan juga situs-situs layanan transaksi

perdagangan seperti Toko Bagus.com dan jual-beli.com. Jadi tidak hanya menggunakan situs *blogger* saja.

B.3. Pada Tahap Evaluasi

Penggunaan analisa SWOT pada tahap ini sangat efektif yaitu menganalisa berdasarkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknes*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) yang pertimbangan kekuatan apa yang dimiliki Pustaka Nizamiyah beserta produk, kelemahan yang sedang terjadi, peluang, serta ancaman. Serta meninjau dari sudut pesaing (*competitor*) dengan bagian yang sama yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman. Dengan mengutamakan pengevaluasian melalui analisis SWOT ini secara berkala tiap bulannya mampu melihat ancaman, kelemahan, peluang serta kekuatan, sehingga kendala yang terjadi dapat dengan cepat terdeteksi serta mencari solusinya.