

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan peneliti. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh Optik Mekar, diantaranya :
 - a. Interactive media, yakni melalui media sosial instagram dan whatsapp, dimana Optik Mekar ini sering melakukan endorse ke selebgram ternama di instagram, sehingga pelanggan mengetahui Optik Mekar dari instagram dan juga banyak konten-konten yang di buat oleh Optik Mekar di feed instagram Optik Mekar yang memudahkan pelanggan mencari tau produk Optik Mekar tersebut.
 - b. Publikasi, yaitu dengan melakukan kerjasama dengan pihak lain. Optik Mekar menjain kerjasama dengan pihak lain guna mengembangkan optic dan mansyarakat yang ingin menggunakan jasa yang dipromosikan. Adapun kerjasama yang dilakukan oleh Optik Mekar adalah dengan BRILIFE dan PT Semen Padang.
2. Adapun dampak promosi terhadap Optik Mekar adalah dapat meningkatkan penjualan optik.

4.2 Saran

Berdasarkan temuan peneliti mengenai strategi promosi Optik Mekar Padang, terdapat beberapa saran sebagai masukan bagi Optik Mekar diantaranya :

1. Optik Mekar sudah sangat berkembang karena saat ini sudah memiliki 7 cabang, namun tetap jaga kualitas pelayanannya dan mengembangkan strategi promosi yang telah diterapkan, namun saran dari peneliti agar optik Mekar dapat meningkatkan lagi strategi promosi Publikasi atau humas, seperti melakukan kerjasama dengan BPJS, agar nantinya semua lapisan masyarakat dapat mengklaim kacamata di Optik Mekar.
2. Optik Mekar sudah menerapkan strategi promosi dengan baik, namun alangkah baiknya website, facebook dan Tiktok diaktifkan kembali. Sehingga masyarakat mampu dengan luas mengetahui lagi mengenai Optik Mekar.