

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisa yang telah dijelaskan diatas, maka penulis dapat mengemukakan beberapa kesimpulan dan sekaligus menjawab atas rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya. Dari hasil penelitian yang dijelaskan diatas maka dapat menjawab rumusan masalah dari penelitian komodifikasi SPG rokok dalam memasarkan produk di kota Pangkalpinang. Penelitian ini membahas mengenai bentuk-bentuk komodifikasi komodifikasi SPG rokok dalam memasarkan produk di kota Pangkalpinang.

Strategi pemasaran bagi perusahaan merupakan hal yang sangat perlu dimiliki. Karena setiap perusahaan memiliki strategi khusus untuk memimikat konsumen. Setiap perusahaan memiliki berbagai macam strategi pemasaran. Strategi tersebut sebagai berikut:

1. Strategi Penyaluran (Distribusi)

Distribusi adalah salah satu cara penyaluran produk kepada produsen. Seperti penyaluran yang dilakukan ke toko-toko yang mempunyai omset ratusan juta rupiah. Dengan menggunakan strategi tersebut perusahaan bisa mendapatkan keuntungan. Dan tidak susah-susah lagi promosi kepada konsumen. perusahaan menggunakan strategi tersebut karena banyaknya minat dari para pengkonsumsi rokok. Distribusi ini dilakukan perusahaan ke

tempat-tempat yang telah ditentukan oleh perusahaan. Selain distribusi perusahaan juga menerapkan Memberikan bonus

Memberikan bonus merupakan salah satu bentuk strategi perusahaan dalam melakukan promosi. Karena setiap perusahaan pasti mempunyai strategi dalam pemasaran. Apalagi didunia bisnis memang harus mempunyai strategi biar perusahaan tersebut bisa bersaing dengan perusahaan yang lain. Selain menggunakan SPG strategi promosi juga menggunakan memberikan bonus. Seperti yang dilakukan oleh beberapa perusahaan rokok, dimana perusahaan tersebut menggunakan strategi memberikan bonus kepada konsumen berupa memberi baju, memberi korek api, asbak rokok dan gantungan kunci. Dengan adanya strategi seperti itu membuat para konsumen tergiur untuk membeli produk tersebut.

Dengan adanya transaksi memberi bonus seperti souvenir membuat konsumen mau membeli produk tersebut. Apalagi strategi seperti itu dilakukan oleh perusahaan untuk menarik perhatian konsumen. Ditambah lagi sekarang ini sudah banyak bermunculan produk-produk yang baru. Sehingga perusahaan harus pintar-pintar dalam mengatur persaingan bisnis. Dalam persaingan bisnis rokok, dimana perusahaan harus bisa mengatur semuanya agar perusahaan mereka tidak tersaingi oleh perusahaan lain.

Dalam memberikan bonus ini setiap perusahaan tidak diperbolehkan untuk memberikan rokok gratis dan memberikan pemotongan harga meskipun itu berupa sampel. Karena hal tersebut sudah diatur oleh

pemerintah dan perusahaan. tetapi perusahaan diperbolehkan memberikan bonus berupa souvenir seperti baju kaos, gelang dan banyak lainnya.

2. Mengadakan event

Mengadakan event merupakan strategi yang diterapkan oleh perusahaan dalam pemasaran. Kegiatan seperti mengadakan event memang sangat diperlukan perusahaan. Dimana dalam kegiatan tersebut perusahaan bisa memperkenalkan produk mereka kepada konsumen. kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam event-event tersebut adalah konser musik. Acara yang seperti musik tersebut banyak digemari semua orang dan juga konser musik pasti banyak orang yang datang atau menonton.

Sehingga perusahaan memanfaatkan kegiatan tersebut dengan cara mempromosi produk mereka. selain itu perusahaan juga bisa mengambil keuntungan dari acara konser tersebut. Seperti halnya mereka mempromosi rokok tersebut kepada penonton. Cara mengadakan event ini dilakukan karena selain promosi dilakukan oleh langsung SPG, perusahaan juga bisa melakukan seperti mengadakan event berupa konser musik.

Perusahaan melakukan acara tersebut mereka lakukan untuk menghibur masyarakat dan juga mereka bisa mempromosi produk mereka sendiri. Cara yang perusahaan lakukan itu karena perusahaan sudah mempunyai program sendiri. Bahkan perusahaan melakukannya setahun beberapa kali. Dan diacara tersebut mereka mengundang artis luar dan lokal.