

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini yang berjudul “Strategi promosi penjualan industri kerajinan perak HS Silver di Kotagede Yogyakarta terhadap daya beli wisatawan”. Bahwa kerajinan perak di HS Silver ini adalah turun temurun dari warisan budaya yang ada di Kotagede. Dalam promosi penjualan ini sangat efektif karena menggunakan media sosial yang sering digunakan oleh konsumen. Untuk wisatawan yang berkunjung di HS Silver bisa mengikuti *workshop* untuk melatih keterampilan, jadi wisatawan tidak jenuh saat berkunjung di HS Silver. Dengan adanya kegiatan *workshop* ini juga salah satu program promosi yang di adakan di HS Silver, untuk mempersuasi pelanggan dalam peminatan produk.

Strategi promosi yang dilakukan HS Silver dalam pemasarannya menggunakan media sosial Instagram, Facebook dan menggunakan website untuk memasarkan produknya. Untuk itu pemasaran melewati media sosial ini sangat efektif karena dapat berbelanja secara online.

HS Silver ini menggunakan 4p dalam promosi pemasarannya yaitu *product, price, place, promotion*. Dari 4 p ini sangat mempengaruhi penjualan yang ada di HS Silver sehingga pemasarannya dapat mencapai target sasaran. HS Silver sudah cukup dikenal oleh masyarakat lokal maupun internasional, karena produk kerajinan perak yang ada di HS Silver ini sudah mencapai ke negara Eropa.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis di HS Silver Kotagede ini mempunyai banyak saran untuk:

1. Bagi Akademis

Bagi industri kerajinan perak HS Silver, mengikuti event-event samapi keluar negeri sehingga dapat mudah memperoleh pasar. Untuk mengikuti berbagai sponsor lebih meluangkan pemasarannya. Sehingga HS Silver dapat lebih dikenal.

2. Bagi Instansi

Untuk industri kerajinan perak di HS Silver, dalam melakukan promosi lebih dikembangkan lagi sehingga masyarakat khususnya Indonesia lebih mengenal adanya kerajinan perak yang ada di Kotagede khususnya di HS Silver.