BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh PT Solusi Prima Packaging (SOPRA) dalam memasarkan produk kemasan plastik ramah lingkungan telah dijalankan secara menyeluruh yang tidak hanya mengandalkan promosi digital, tetapi juga mengombinasikannya dengan promosi konvensional, sehingga mampu memperkuat posisi SOPRA di industri kemasan plastik, baik di pasar nasional maupun internasional.

Strategi promosi utama yang dijalankan oleh PT Solusi Prima Packaging (SOPRA) dilakukan secara konvensional dalam bentuk kegiatan pameran dari tingkat lokal, nasional, sampai tingkat internasional. Strategi ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk, dan meningkatkan kesadaran (*awareness*) terhadap produk kemasan plastik ramah lingkungan melalui partisipasi aktif dalam kegiatan pameran (*exhibition*).

Temuan ini menunjukkan bahwa SOPRA tidak hanya mengoptimalkan promosi di tingkat lokal atau dalam negeri, tetapi telah menargetkan pasar global dengan mengikuti pameran berskala internasional yang dihadiri oleh pelaku bisnis dari berbagai negara. Pameran bisnis berskala besar ini menjadi strategi promosi yang paling berdampak bagi SOPRA karena memungkinkan interaksi tatap muka, pemberian penjelasan produk secara langsung, serta memperbesar peluang kerja sama dan penjualan.

Selain melalui pameran, SOPRA juga memanfaatkan strategi promosi digital melalui Google *Ads* untuk menghasilkan *leads* dan media sosial seperti Instagram, TikTok untuk membangun kesadaran merek (*brand awareness*). Serta elemen bauran promosi juga diterapkan secara menyeluruh, seperti iklan (advertising) melalui iklan digital dan brosur cetak, promosi penjualan (*sales promotion*) dengan diskon dan program *dealer*, hubungan masyarakat (*public*

relations) melalui konten edukatif bertema lingkungan, penjualan personal (personal *selling*) saat *exhibition* dan *follow-up* pelanggan, serta pemasaran langsung (*direct marketing*) menggunakan WhatsApp dan email.

Namun demikian, dari seluruh elemen bauran promosi tersebut, kegiatan pameran terbukti menjadi strategi paling dominan dan berdampak besar terhadap promosi SOPRA karena mampu membangun koneksi bisnis secara luas, menghadirkan pengalaman langsung terhadap produk, serta menjaring pelanggan dari berbagai sektor industri di dalam dan luar negeri.

Dengan menggabungkan pendekatan konvensional dalam pameran dan strategi digital yang terarah, SOPRA berhasil menyeimbangkan metode promosi konvensional dan digital untuk membangun citra positif sebagai produsen kemasan plastik yang bertanggung jawab dan kompetitif di pasar global. Hal ini membuktikan bahwa SOPRA tidak hanya aktif dalam promosi digital dan nasional, tetapi juga memiliki komitmen untuk menembus pasar internasional melalui strategi promosi tatap muka yang terukur dan terarah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi PT Solusi Prima Packaging dalam mengoptimalkan strategi promosi yang dijalankan. Pertama, dalam aspek edukasi dan hubungan masyarakat, SOPRA disarankan untuk meningkatkan frekuensi dan konsistensi konten edukatif di media sosial terkait penggunaan kemasan plastik ramah lingkungan. Saat ini, edukasi masih terbatas pada momen-momen tertentu seperti Hari Bumi atau Hari Peduli Sampah Nasional. Padahal, penyuluhan berkelanjutan mengenai jenis plastik, keamanan untuk makanan, dan potensi daur ulang sangat penting untuk membentuk persepsi positif masyarakat. Dengan konten edukatif yang rutin dan informatif, SOPRA dapat tampil sebagai produsen yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga menyebarkan pengetahuan dan tanggung jawab lingkungan.

Kedua, SOPRA dapat mempertimbangkan untuk menjalankan program tanggung jawab sosial (CSR) yang terfokus pada isu lingkungan dan pengelolaan limbah plastik. Bentuk CSR seperti *workshop* daur ulang, kampanye #BijakBerplastik, atau kolaborasi dengan komunitas lingkungan dapat menjadi langkah konkret dalam memperkuat citra perusahaan sebagai produsen yang peduli terhadap keberlanjutan.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut diharapkan PT Solusi Prima Packaging memperkuat strategi promosi yang telah berjalan, sekaligus mendorong pertumbuhan jangka panjang yang seimbang antara aspek bisnis dan tanggung jawab sosial.