

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dalam menjalankan kegiatan ekspor, diperlukan strategi-strategi yang perlu diterapkan oleh eksportir agar dapat mengekspor dan meningkatkan ekspornya. Salah satu strategi yang penting untuk dilakukan oleh eksportir adalah strategi promosi ekspor. Strategi ini dapat berhasil dan memberikan dampak positif kepada eksportir apabila dirancang dan dilakukan dengan baik oleh eksportir. Adanya pandemi *COVID-19* yang masuk ke Indonesia sejak tahun 2020 menyebabkan penurunan pada ekspor yang dilakukan oleh eksportir Indonesia sehingga memberikan pengaruh pada strategi promosi ekspor yang dilakukan oleh eksportir Indonesia. Eksportir perlu menyesuaikan strategi promosi ekspornya agar dapat tetap mempromosikan sehingga kegiatan ekspor tetap berjalan dan meningkat.

Dengan demikian, penulis meneliti strategi promosi ekspor yang telah dilakukan oleh eksportir Indonesia yang berhasil meningkatkan ekspornya di saat pandemi *COVID-19* masih menyerang. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi masukan dan pembelajaran bagi eksportir lain agar dapat membuat dan menjalankan strategi promosi ekspor secara sukses.

Strategi promosi ekspor yang dilakukan oleh PT. Behaestex terbukti telah membantu meningkatkan ekspor dari PT. Behaestex di tahun 2021. Hal ini tidak terlepas dari lima strategi promosi ekspor yang telah dilakukan oleh PT. Behaestex di tahun tersebut. Strategi-strategi yang dimaksud adalah promosi produk secara dalam jaringan, mengadakan pameran produk, melakukan promosi yang telah

difasilitasi oleh instansi pemerintah, mempromosikan dengan menyasar target tertentu berdasarkan riset, dan menggunakan budaya sebagai promosi produk.

Promosi produk secara dalam jaringan meliputi promosi pada *e-commerce*, *website*, dan media sosial. Mengadakan pameran produk meliputi pameran apa saja yang telah diselenggarakan oleh eksportir. Promosi yang telah difasilitasi oleh instansi pemerintah meliputi pameran dan dukungan ekspor dari pemerintah. Promosi menyasar target tertentu berdasarkan riset meliputi riset pada negara target dan bagaimana mempertahankan konsumen. Penggunaan budaya sebagai promosi produk meliputi penyesuaian produk dan strategi pemasaran berdasarkan preferensi budaya dan sosial tertentu.

Meskipun PT. Behaestex berhasil meningkatkan ekspornya, terdapat kendala-kendala yang dialami dalam menjalankan strategi promosi ekspor. Yaitu pihak dari pemerintah seperti konsulat atau diplomat kurang memfasilitasi dan belum kooperatif dalam membantu memberikan data-data yang diperlukan. Selain itu, beberapa kebijakan dari negara tujuan ekspor juga merepotkan.

### **5.1. Saran**

Saran dari penulis untuk PT. Behaestex adalah sarana diplomatik perlu dioptimalkan oleh PT. Behaestex secara serius dengan harapan dapat membantu meningkatkan volume ekspor dari PT. Behaestex. Saran penulis untuk penulisan ini adalah sebaiknya melakukan wawancara kembali atau meminta data lebih lanjut terkait strategi promosi ekspor yang dilakukan dan dampaknya agar dapat semakin memperjelas penulisan penelitian ini.