

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada CV Anugerah Kencana Motor Palembang yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa upaya-upaya yang dilakukan oleh CV Anugerah Kencana Motor Palembang dalam meningkatkan volume penjualan motor honda di masa pandemi *covid-19* yaitu dengan cara melakukan berbagai kegiatan promosi antara lain dengan menggunakan media periklanan seperti instagram, facebook, dan whatsapp. CV Anugerah Kencana Motor Palembang juga melakukan upaya seperti kegiatan canvassing dan pameran keliling walaupun hanya dilakukan sebulan sekali, selama masa pandemi CV Anugerah Kencana Motor Palembang banyak memberikan promo promo menarik dan mempermudah syarat pembelian motor honda yaitu cukup menggunakan ktp dan kk saja sudah dapat melakukan transaksi, serta perusahaan melakukan strategi pemasaran melalui CRM (*Customer Relationship Marketing*) dalam meningkatkan volume penjualan selama pandemi *covid-19*. CRM merupakan upaya yang paling efektif dilakukan karena 50% hasil penjualan didapatkan dari melakukan CRM atau pelayanan purna jual.

5.1 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. CV Anugerah Kencana Motor Palembang diharapkan dapat meningkatkan kegiatan promosi melalui pelayanan purna jual atau CRM (*Customer Relationship Marketing*). Dengan meningkatnya pelayanan purna jual diharapkan CV Anugerah Kencana Motor

Palembang dapat melakukan pengembangan usaha dan dapat lebih meningkatkan volume penjualan.

2. CV Anugerah Kencana Motor Palembang diharapkan selalu menjaga data-data pelanggan yang pernah membeli produk motor honda di CV Anugerah Kencana Motor Palembang dari tahun ketahun, sehingga perusahaan dapat menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dalam jangka waktu yang panjang, dengan demikian konsumen dapat loyal terhadap perusahaan hal tersebut kemudian dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan sehingga perusahaan dapat berkembang.