

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dari uraian yang telah dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya. Kemudian penulis juga akan memberikan saran-saran yang diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi PT Honda Maju Mobilindo Palembang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan dari bab pembahasan, maka akan ditarik kesimpulan. Adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Strategi promosi melalui media periklanan yang digunakan PT Honda Maju Mobilindo Palembang dalam memasarkan produk otomotif khususnya mobil belum optimal dilaksanakan. Hal ini dapat dilihat dari media periklanan yang digunakan pelaksanaannya masih tidak berkelanjutan.
 - a. Media promosi melalui media cetak surat kabar/koran sangat terbatas, dimana tiga tahun terakhir PT Honda Maju Mobilindo Palembang hanya mengiklankan produknya di satu surat kabar yaitu Sumatera Ekspres. Dan kegiatan promosi periklanan melalui media cetak surat kabar/koran ini hanya dilakukan 2 sampai 3 hari saja dalam satu bulannya.
 - b. Media promosi periklanan berupa elektronik, yaitu internet dan radio. Kurang aktifnya pengelola promosi dalam media elektronik, terkadang membuat konsumen kurang tertarik untuk mengunjungi situs yang perusahaan punya. Sedangkan media promosi elektronik yang melalui radio, masih sangat jarang dilakukan. Promosi melalui media elektronik radio ini tidak dilakukan secara rutin atau hanya dilakukan 1 sampai 2 kali dalam satu bulannya.

- c. Media promosi melalui brosur sangat terbatas. Karena desain yang kurang menarik dan penggunaan warna pada brosur kurang cerah sehingga calon konsumen kurang berminat untuk melihat dan membaca brosur tersebut.
 - d. Media promosi melalui pameran-pameran dan kegiatan pindah-pindah (*Moving*) ini merupakan media promosi yang terhitung lebih mempengaruhi volume penjualan. Namun, terkadang tetap masih kurang menarik perhatian para calon konsumen, karena pada hari-hari kerja biasa, karyawan yang sedang menjaga pameran jumlahnya kurang memadai. Biasanya hanya 1 atau 2 orang saja.
2. Strategi promosi melalui promosi penjualan, potongan harga (*discount*), promosi dengan memberikan hadiah (Undian), Publisitas, masih terlalu jarang dilaksanakan bahkan ada yang belum terlaksanakan.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan kepada PT Honda Maju Mobilindo Palembang yaitu:

- a. Memperbanyak intensitas pemasangan iklan disurat kabar lokal, baik di Palembang maupun di daerah-daerah sekitar. Dan juga memperbanyak jumlah surat kabar yang digunakan untuk media pemasangan iklan.
- b. Merancang desain brosur yang lebih menarik dan cobalah untuk menggunakan warna-warna pada brosur yang lebih cerah sehingga calon konsumen tertarik untuk membaca dan melihat secara langsung perusahaannya.
- c. Lebih aktif dalam mengelola media promosi melalui elektronik yaitu internet. Agar para calon konsumen tertarik untuk menanyakan tentang produk yang ditawarkan sehingga calon

konsumen merasa senang bisa mengetahui info-info tanpa harus mendatangi kantor perusahaan secara langsung pada awalnya.

- d. Lebih sering melakukan kegiatan promosi melalui media radio. Agar lebih banyak lagi calon konsumen yang mengetahui promosi-promosi yang perusahaan berikan.
- e. Ikut terlibat dalam kegiatan sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan keberadaan perusahaan kepada masyarakat.