

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan data-data dan analisa yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, berikut ini penulis mencoba untuk menarik kesimpulan mengenai Mitra Bangunan Supermarket Palembang dan kemudian memberikan saran-saran yang mungkin dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan sebagai jalan keluar dalam usaha mengatasi masalah yang sedang dihadapi dalam hal promosi demi kelangsungan perusahaan dan demi tercapainya target yang selama ini belum pernah tercapai targetnya dari tiga tahun terakhir.

#### **5.1. Kesimpulan**

Kegiatan promosi yang dilakukan Mitra Bangunan Supermarket Palembang sudah mereka lakukan tapi hanya sebagian. Karena hanya fokus pada resepsionis dan *personal selling* untuk sebaik mungkin mempromosikan *image*, pelayanan, sarana serta fasilitas apa saja yang ada pada perusahaan untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. padahal perusahaan sejenis telah semakin gencar mengembangkan sayap rangsangannya (promosi) demi menarik konsumen dan mempertahankan pangsa pasar yang ada. Dimana setiap kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tentu saja bertujuan untuk menyakinkan konsumen dan membujuk konsumen agar dapat mempertahankan pangsa pasar.

## 5.2. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan dari masalah yang ada sejak awal pada perusahaan, maka penulis memberikan beberapa alternatif pemecahan yang dapat bermanfaat bagi perusahaan yaitu:

Memperhatikan dan mengoptimalkan bauran promosi serta memasang iklan di media-media agar dapat menjangkau dan memperluas daerah pemasaran yang sudah ada. Memasang iklan pada surat-surat kabar lokal maupun nasional, pada radio-radio lokal maupun televisi yang ada seperti TVRI. Perusahaan dapat menambahkan kegiatan promosi perusahaan dengan periklanan media-media sosial dan sebisa mungkin menjalin hubungan yang sangat baik dengan salah satu surat kabar ternama agar masyarakat dapat terus mengetahui dengan mudah informasi mengenai keberadaan perusahaan serta mutu keramik dan kualitas pelayanan *personal selling*. Untuk *personal selling* dapat dilakukan dengan mengadakan presentasi-presentasi penjualan mengenai kualitas keramik sebagainya pada saat melakukan kerjasama dengan pronyek-pronyek property, menambahkan pula public relation (PR) untuk menganalisa dan mengetahui minat konsumen atau apa yang menjadi keinginan dari para pelanggan terhadap produk keramik ini. Sehingga perusahaan dapat terus mengembangkan kualitas dan mutu dari pelayanannya secara lebih baik lagi. Supaya lebih menarik lagi bagi konsumen untuk membeli produk perusahaan agar dapat menambahkan promosi penjualan dengan program pemberian voucher-voucher gratis baik belanja di Mitra Bangunan itu sendiri ataupun voucher makan dengan gratis, pemberian potongan harga jika pembelian besar-besaran dan lain sebagainya. Dan untuk publisitas perusahaan dapat menyantuni anak-anak yatim atau fakir miskin misalnya pada saat peringatan ulang tahun perusahaan.