

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian yang telah penulis jelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan dan memberikan saran yang diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan jasa perbaikan dan perawatan mobil bengkel Tiara Persada Palembang, sehingga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan agar dapat lebih baik dalam melakukan kegiatan promosi perusahaan guna meningkatkan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa perbaikan dan perawatan mobil pada bengkel Tiara Persada Palembang.

5.1 Kesimpulan

Pada kegiatan promosinya Bengkel Mobil Tiara Persada Palembang sudah menggunakan strategi promosi melalui periklanan seperti brosur dan spanduk, promosi penjualan, dan juga informasi dari mulut ke mulut.

1. Penggunaan brosur sebagai alat promosi masih kurang tepat karena brosur jarang disebarluaskan kepada masyarakat umum.
2. Pemakaian spanduk juga dianggap kurang tepat, karena spanduk hanya dipakai saat waktu tertentu seperti saat hanya mempromosikan penjualan.
3. Promosi penjualan yang dilakukan juga hanya pada saat event atau acara tertentu seperti saat bulan Ramadhan atau pada saat ulang tahun bengkel.

5.2 Saran

1. Bengkel mobil Tiara Persada Palembang sebaiknya memperbaiki sistem penggunaan brosur, yang harus disebarluaskan kepada masyarakat umum bukan hanya ditempatkan dimeja kasir.
2. Bengkel mobil Tiara Persada Palembang sebaiknya menggunakan spanduk sebagai alat promosi permanen yang tidak hanya pada event tertentu, sebagai bahan pengingat kepada konsumen.

3. Promosi penjualan yang dilakukan juga seharusnya tidak pada acara atau event tertentu, penjualan promosi dapat berupa memberikan kupon, paket harga (price pack), undian atau hadiah, dan juga garansi produk atau jasa.
4. Meningkatkan dan lebih gencar melakukan kegiatan promosi. Maksudnya, bengkel mobil Tiara Persada Palembang dapat mencoba kegiatan promosi yang baru atau menerapkan semua bauran promosi yang terdiri dari periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, dan juga pemasaran langsung.