

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini, penulis akan memberikan kesimpulan dari uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya yang kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT Encar Daihatsu Palembang

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis strategi bauran promosi yang dilakukan PT Encar Daihatsu Palembang, maka penulis dapat member kesimpulan sebagai berikut:

1. PT Encar Daihatsu Palembang menggunakan strategi bauran promosi melalui media periklanan, dimana PT Encar Daihatsu menggunakan media surat kabar, brosur dan media internet untuk mempromosikan produknya kepada calon konsumen.
2. PT Encar Daihatsu Palembang menggunakan media penjualan pribadi, PT Encar Daihatsu Palembang menggunakan tenaga sales sebanyak 52 orang yang terbagi menjadi *sales executive* dan *sales counter*
3. PT Encar Daihatsu Palembang menggunakan media promosi penjualan, yaitu dengan memberikan hadiah undian dan mengadakan stand khusus atau pameran mobil di suatu tempat keramaian khusus seperti PTC Mall.
4. PT Encar Daihatsu Palembang menggunakan media publisitas untuk mempromosikan produknya dengan cara mengadakan acara pada saat hari jadi perusahaan, selain itu juga mengadakan kegiatan donor darah dengan komunitas mobil Daihatsu yang diliput oleh media seperti Sriwijaya Post
5. Data yang telah dihasilkan melalui penghitungan tingkat Efisiensi antara penjualan dan biaya promosi pada PT Encar Daihatsu Palembang adalah tahun 2011 tingkat efisiensi 1.72% . Pada tahun 2012 tingkat efisiensi sebesar 2.16% Pada tahun 2013 tingkat efisiensi 2.63%. Jadi tingkat efisiensi yang terbaik adalah pada tahun 2013.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis memiliki beberapa saran sebagai masukan kepada PT Encar Daihatsu Palembang. Adapun saran-saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. PT Encar Daihatsu Palembang selain menggunakan media surat kabar, brosur dan internet, sebaiknya juga perlu menggunakan media spanduk dan media televisi, spanduk tersebut dapat dipasang di tempat-tempat strategis mengingat lokasi perusahaan berada di tempat keramaian atau berada di tengah kota, sedangkan media televisi dapat menjangkau sasaran yang diinginkan berdasarkan luas wilayah penayangan televise tersebut.
2. Ditinjau dari segi strategi penjualan pribadi, PT Encar Daihatsu Palembang dapat mempertahankan strategi yang telah diterapkan sebelumnya dan juga tenaga penjual atau *sales* dapat menggunakan media sosial seperti facebook ataupun BBM (*Blackberry Messenger*) untuk mempromosikan produknya sehingga dapat menghemat waktu dan biaya transportasi yang dikeluarkan.
3. PT Encar Daihatsu Palembang sebaiknya meningkatkan strategi promos penjualan dengan memberikan promo-promo atau hadiah tidak hanya pada waktu atau event tertentu saja, karena dengan sering menawarkan promo dan hadiah diharapkan dapat meningkatkan jumlah calon konsumen untuk membeli produk perusahaan tersebut.
4. Ditinjau dari segi strategi publisitas PT Encar Daihatsu Palembang dapat juga melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan humas (hubungan masyarakat) lainnya seperti mengadakan kegiatan pada hari 17 Agustus, juga kegiatan-kegiatan sosial masyarakat, tidak hanya pada saat hari kartini dengan mengadakan kontes busana kebaya saja, sehingga dapat membuat wartawan untuk meliput kegiatan atau acara yang dilaksanakan tersebut.

5. Mengingat efisiensi yang didapat antara Biaya promosi dan Volume Penjualan maka Biaya Promosi harus di pertahankan semaksimal mungkin agar dapat meningkatkan Volume Penjualan yang diharapkan perusahaan.