

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah ditemukan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi bauran promosi yang dilakukan PT. Tunas Toyota Cabang Serang antara lain seperti periklanan dilakukan dengan menggunakan reklame/billboard dan media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* yang menampilkan konten visual menarik dari model Toyota terbaru dan penawaran khusus. Promosi penjualan dengan memberikan diskon pada hari-hari tertentu dan penggunaan perangkat digital untuk menyebarkan brosur promosi yang informatif. Hubungan masyarakat dilakukan melalui kegiatan CSR seperti donasi kepada warga yang terkena musibah. Penjualan personal dilaksanakan dengan mengadakan pameran mobil di berbagai lokasi strategis, sementara pemasaran langsung dilakukan melalui *telephone marketing* dan *Whatsapp* untuk menindaklanjuti calon konsumen yang diperoleh dari prospek sebar brosur atau pameran. Semua strategi ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan, menarik perhatian dan juga membangun hubungan yang ketat dengan konsumen.
2. Implementasi bauran promosi di Tunas Toyota Serang menghadapi beberapa hambatan signifikan seperti keterbatasannya anggaran promosi yang mengakibatkan *sales marketing* kesulitan dalam memasarkan produk

dengan maksimal. Hal ini mengakibatkan kurangnya penyebaran informasi produk kepada banyak orang dan penawaran-penawaran khusus yang ada. Perubahan perilaku konsumen yang cepat juga menjadi tantangan karena banyak konsumen yang berubah pikiran setelah menyatakan minat untuk membeli, atau bahkan tidak merespons upaya tindak lanjut yang dilakukan oleh *sales marketing* melalui komunikasi digital. Terakhir adanya persaingan yang ketat dari dealer-dealer mobil yang berada di kota Serang mempengaruhi minat beli konsumen karena dealer lain sering kali menawarkan diskon lebih besar dan aktif dalam promosinya. Akibatnya PT. Tunas Toyota Serang sering kali tidak maksimal melakukan bauran promosinya.

B. Saran

1. PT. Tunas Toyota Cabang Serang perlu mengadopsi beberapa langkah strategis dan mengoptimalkan bauran promosi yang dilakukan. Disarankan meningkatkan kerja sama dengan komunitas pengguna Toyota untuk memperluas jangkauan promosi dan membangun hubungan yang lebih erat lagi dengan konsumen, dan meningkatkan frekuensi dan kualitas interaksi langsung dengan calon konsumen melalui *event* pameran dan *roadshow* yang lebih sering di adakan di lokasi strategis. Dengan mengoptimalkan langkah ini PT. Tunas Toyota Cabang Serang diharapkan dapat meningkatkan efektivitas bauran promosi sehingga dapat mencapai target penjualan yang signifikan dan dapat memperkuat posisinya di pasar yang kompetitif.

2. Untuk meningkatkan efektivitas bauran promosinya PT. Tunas Toyota Cabang Serang disarankan untuk memperluas jangkauan informasi promosi dan memastikan konsistensi anggaran promosi untuk setiap *sales marketing*. Selain itu tim *sales marketing* harus lebih aktif dalam menyebarkan informasi promosi melalui berbagai cara termasuk media sosial dan komunikasi langsung dengan calon konsumen. Pemberian pelatihan intensif yang berkelanjutan oleh *supervisor marketing* kepada tim *sales marketing* juga dapat membantu meningkatkan keterampilan pemasaran mereka sehingga mereka dapat lebih efektif dalam menjangkau konsumen.