BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, penulis mencoba menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. SBU Terminal menerapkan strategi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan dan untuk mencari pangsa pasar yang baru, serta meningkatkan kemampuan bersaing yang akhirnya dapat memenangkan persaingan.
2. Dalam pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan SBU Terminal dilaksanakan dengan perumusan strategi pemasaran di SBU Terminal yang dilakukan secara terpadu oleh empat bagian yang ada, yaitu Bagian Adtanbenra, Bagian Perlengkapan, Bagian Produksi, dan Bagian Pemasaran beserta urusan-urusan yang ada dibawahnya. Sebelum strategi pemasaran dijalankan, terlebih dahulu menentukan sasaran penjualan, menentukan posisi produk pada pasar sasaran dan pesaing, pengembangan strategi, pengujian strategi, dan pada akhirnya peluncuran produk baru dengan strategi yang telah ditetapkan.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di SBU Terminal PT. INTI (Persero) Bandung, penulis mempunyai saran yang mudah-mudahan dapat

diterima dan berguna bagi SBU Terminal khususnya dan pihak-pihak lain pada umumnya, yaitu :

1. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan perlu di tunjang oleh Sistem Informasi yang Manajemen yang baik, sehingga segala tujuan perusahaan yang diinginkan dapat tercapai secara opimal.
2. Pelaksanaan strategi pemasaran hendaknya ditunjang dengan sumber daya manusia yang lebih handal lagi agar segala sesuatunya dapat berlangsung secara efektif dan efisien.
3. semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis umumnya bagi pengembangan ilmu selanjutnya.