BAB IV

KESIMPULAN

4.1 kesimpulan

Disini saya membuat kesimpulan tentang dari pembahasan laporan yang saya rancang adalah.

a. Strategi promosi yang dilakukan bagian manajemen assetpemasaran PT.INTI (Persero) Bandung adalah strategi promosi yang digunakan dan dapat menarik ketertarikan konsumen terhadap barang atau jasa ini perusahan harus melakukan dan memperbarui strategi promosi agar penjualan barang atau saja dapat bertahan lama dalam pasar. Maka dari pada itu perusahaan harus melakukan strategi promosi secara bertahap dan memperbaharui strategi promosi untuk mempertahankan konsumen agar tetap memakai barang atau jasa yang di produksi oleh perusahan ini.
b. Hambatan strategi promosi yang dilakukan bagian manajemen asset pemasaran PT.INTI (Persero) Bandung adalah dalam hambatan ini strategi promosi tidak dapat berjalan dengan mulus dan baik sebagimana yang sudah diinginkan oleh perusahaan. Dengan hambatan-hambatan tersebut dapat mempengaruhi tingkat pendapatan perusahaan. Serta barang- barang yang diproduksi bisa macet atau tidak dapat d promosikan oleh perusahaan. Maka disini perusahaan harus secepat mungkin untuk menanggulangi hambatan-hambatan yang sudah ada, supaya strategi promosi dapat berjalan dengan baik serta dapat mencapai tujuan perusahaan.

Dengan memperhatikan dan mempertimbangkan semua hal diatas, maka dapat dipastikan perusahaan akan dapat menentukan dengan baik strategi promosinya serta strategi bersaingnya, untuk tetap maju dan berkembang di tengah-tengah persaingannya

4.2 Saran

Saran untuk pembahasan diatas adalah

a. Saran untuk strategi ini adalah perusahaan harus dapat mempertahankan strategi pemasaran ini agar perusahaan dapat mempertahankan kualitas serta mempertahankan nama baik perusahaan agar perusahaan tersebut dapat dikenal lebih banyak orang, karenakan pelayanan dan kualitas barang yang di produksi oleh perusahaan ini. Tapi pasti ada sewaktu-waktu perusahaan harus meninggkatkan strategi pemasaran, dimana seakan-akan tidak menentunya kondisi pangsa pasar.
b. Saran untuk hambatan yang dialami adalah perusahaan harus mengevaluasi strategi promosi untuk menjadi lebih baik agar dapat bersainga di pangsa pasar. Dimana pangsa pasar yang tidak menentu, karena banyaknya produk-produk baru dengan teknologi yang semakin canggih serta dengan harga yang sangat terjangkau oleh konsumen. Maka perusahaan harus bisa memanage segala agar perusahaan tetap mendapatkan keuntungan yang maximal.

Perusahaan harus meningkatkan strategi promosi yang dapat di mengerti dengan kondisi pasar dan dan keadaan konsumen. Agar produk atau barang dan jasa yang kita promosikan dapat di pergunakan oleh konsumen. Hal ini dilakukan

agar perusahaan dapat mencapai target yang akan dituju untuk kemajuan perusahaan serta meningkatkan nama baik perusahan.