# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data-data dari hasil penelitian yang penulis peroleh mengenai promosi yang dilakukan TelkoMedika Bandung serta mengacu pada bab-bab sebelumnya dan kemudian data tersebut di analisa berdasarkan pada teori-teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dibahas, maka penulis menarik kesimpulan dan memberi saran-saran sebagai bahan masukan bagi perusahaan, sehingga diharapkan memberikan manfaat bagi TelkoMedika khususnya yang berkaitan dengan judul Laporan Tugas Akhir.

Dari data yang diperoleh serta hasil pembahasn, maka penulis dapat mengambil beberpa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kegiatan-kegiatan promosi TelkoMedika yang telah dilakukan diantaranya:
    a. Personal selling : Menggunakan team marketing melalui promosi langsung terhadap karyawan- karyawan terutama dan memberikan informasi yang diperlukan kepada konsumen.
    b. Sales Promotion : dengan membuat promosi discount sesuai dengan periode yang berlaku.
    c. Advertising : Membuat iklan media cetak, contohnya brosur/flyer dan juga spanduk-spanduk yang dipasang di tempat strategis

d. Direct Marketing : Menyediakan fasilitas internet pada website perusahaan, faxmile dan e-mail.
e. Publicity : Membuat program seminar Costumer Service dan juga mengadakan program pemeriksaan mata gratis.

2. Dalam melaksanakan kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan, terdapatbanyakhambatan. Masalah-masalah yang dihadapi diantaranya: adanya keterbatasan Sumber Daya Manusia, kurangnya pengetahuan tentang perusahaan sehingga kurang memahami konsep promosi yang ditawarkan, timbulnya pesaing-pesaing baru dan anggaran promosi yang masih minim.
3. Cara mengatasi masalah yang dihadapi oleh perusahaan TelkoMedika dalam melaksanakan kegiatan promosi, perusahaan harus benar memilih SDM yang memenuhi syarat, menambah jumlah sdm khususnya bagian marketing, membuat strategi-strategi yang tepat dalam menghadapi pesaing dan menambah anggaran untuk bagian promosi.

**5.2 Saran**

Setelah melaksanakan penelitian dan mengetahui pelaksanaan kegiatan promosi di perusahaan TelkoMedika, maka penulis dapat memberikan saran yang mudah-mudahan dapat diterima sebagai bahan masukan atau pertimbangan untuk dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

1. Perusahaan harus terus mengevaluasi strategi promosi dan kualitas layanan bagi kenyamanan masyarakat dengan cara melakukan briefing setiap

harinya dan juga melakukan pelatihan setiap bulannya yang dimana disitu akan dibahas masalah-masalah yang terjadi untuk kemudian diperbaiki dan mencari solusi yang tepat.selain itu meningkatkatkan peran aktif konsumen secara langsung, baik dengan program yang sudah berjalan yaitu menyediakan saluran khusus pengaduan ataupun e-mail bisa juga dengan call after service dimana karyawan akan menghubungi konsumen setelah melakukan cek-up atau pemeriksaan yang berguna untuk mengetahui kepuasan konsumen. Sehingga dengan begitu memudahkan perusahaan untuk mengetahui keinginan konsumen dan juga demi terwujudnya loyalitas konsumen.

2. Meningkatkan sarana promosi dan juga melakukan perbaikan-perbaikan strategi promosi terutama di bagian advertising yang masih belum efektif karena keterbatasannya informasi yang disampaikan menyangkut durasi yang singkat dan juga kekurangan lain dimana konsumen tidak bisa melihat langsung TelkoMedika, seharusnya perusahaan membuat iklan di surat kabar, televisi dan juga majalah khusus perusahaan agar TelkoMedika lebih dikenal. Promosi lainnya di bagian publicity karena menurut pandangan penulis publicity merupakan sarana promosi yang mampu menarik perhatian konsumen dengan menciptakan image dan citra perusahaan yang baik maka akan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan, jadi seharusnya kegiatan publicity di Telkomedika lebih sering dilakukan seperti mengadakan kegiatan penyuluhan kesehatan, event-event yang berhubungan dengan menjaga kesehatan tubuh dan kegiatan

sosial lainnya. Sales promotion yang dilakukan TelkoMedika cukup baik melihat program promosi discount sering dilakukan namun seharusnya sales promotion tidak dilakukan dengan intensitas yang terlalu sering karena akan membuat masyarakat beranggapan bahwa perusahaan tersebut kurang bagus, personal selling yang dilakukan masih sangat minim melihat pembagian brosur yang masih kurang efektif karena sdm yang kurang, untukitu di harapkan perusahaan merekrut kembali karyawan khususnya untuk team marketing, dan yang terakhir adalah direct marketing, strategi promosi ini sudah berjalan cukup baik misalnya saja adanya website dan call center guna mempermudah konsumen mengetahui informasi dan bisa juga dengan cara team marketing yang mendatangi rumah sakit atau klinik lain, namun dalam strategi ini sdm masih kurang dalam hal pengetahuan untuk itu sebaiknya sering diadakannya pelatihan atau pendidikan agar sdm lebih terlatih selain itu harus lebih selektif dalam memilih karyawan

3. Untuk menghadapi persaingan serta meningkatkan peserta perusahaan TelkoMedika, maka diperlukan hubungan kerjasama yang lebih luas dengan peusahaan lain, kampus, rumah sakit dan perusahaan swasta dengan menunjuk satu team yang bertugas khusus melakukan lobi-lobi dan melakukan penawaran secara continue terkait hal kerjasama dengan TelkoMedika disertai dengan pemberian intensif yang bisa berupa discount, sharing profit, ataupun keringanan biaya.