

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Duta Bayu adalah *showroom* dengan spesialisasi Mobil *Built-Up* yang terletak di Surabaya yang mendatangkan berbagai mobil ternama dan terkemuka dari berbagai negara seperti Jepang, Eropa, Amerika dan banyak lainnya. Duta Bayu tidak menjual mobil yang diproduksi domestik, melainkan Duta Bayu tersebut mendatangkannya langsung dari berbagai negara sehingga hal ini membuat Duta Bayu unggul dan berbeda karena keberaniannya mendatangkan mobil-mobil unik yang tidak pada umumnya. Hal ini tentunya menarik perhatian orang-orang, namun kenyataannya Duta Bayu kurang memerhatikan salah satu unsur penting dalam berbisnis, yaitu *advertising* yang kuat, apalagi dengan keadaan sekarang ini, di mana perusahaan-perusahaan mobil *built-up* mulai bertumbuh sehingga Duta Bayu perlu melakukan promosi agar lebih dikenal dan lebih unggul dibandingkan kompetitor-kompetitor yang muncul. Promosi juga dapat meningkatkan angka penjualan perusahaan, sehingga perusahaan Duta Bayu bisa lebih unggul dibandingkan kompetitor. Tetapi, akibat kurangnya promosi, masyarakat tidak begitu mengenal Duta Bayu, bahkan beberapa dari mereka cenderung tidak mengetahui keberadaan Duta Bayu. Walaupun telah berkembang cukup pesat dari tahun ke tahun, namun tetap disayangkan sekali karena perusahaan yang seharusnya dapat memaksimalkan performanya terhambat karena kurang dikenal oleh masyarakat. Akibat hanya mengandalkan relasi dari para pelanggan, sehingga Duta Bayu kurang dapat merangkul kaum masyarakat lebih luas lagi dan sifatnya terbatas. Selain itu, perusahaan Duta Bayu juga kurang memerhatikan media dan komunikasi visual promosi yang umumnya digunakan untuk mempromosikan produk.

Karena itu tujuan pemasarannya adalah agar Duta Bayu semakin dikenal oleh *target market*. Aspek pertama yang paling penting sebelum merumuskan strategi periklanan adalah sebuah sasaran atau tujuan. Tujuan itu tergantung pada apa yang ingin dicapai oleh perusahaan Duta Bayu. Penetapan tujuan periklanan

merupakan aspek penting karena tanpa tujuan yang baik tidak mungkin mengarahkan dan mengendalikan keputusan dengan efektif dan efisien.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan setelah melakukan proses pengolahan dan analisis perancangan Tugas Akhir adalah :

Berdasarkan pengolahan hasil data yang telah diuji, promosi merupakan hal yang penting dalam meningkatkan angka penjualan perusahaan dan juga membantu suatu perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor-kompetitor. Akibat kurangnya promosi, para target market tidak akan mengenal eksistensi suatu perusahaan. Oleh karena itu, promosi merupakan hal yang perlu untuk ditingkatkan lagi, Baik dari kegiatan-kegiatan promosi yang dijalankan maupun perencanaan promosi kedepannya agar kegiatan promosi dapat memberikan andil lebih besar terhadap peningkatan suatu perusahaan. Hasil dari perancangan ini merupakan salah satu langkah untuk memperbaiki manajemen agar meningkatkan *image* misalnya dengan lebih meningkatkan lagi faktor lain yang menunjang keberhasilan dan kelebihan suatu perusahaan dibandingkan kompetitornya.