

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang penulis dapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Para sales yang bekerja di CV. Surya Prima Unit Kayu Tangi Banjarmasin mempunyai strategi pemasaran yang beraneka ragam dalam memasarkan produk sepeda motornya. Mereka cerdas dalam memanfaatkan setiap momen yang ada sebagai media promosi. Seperti menggunakan pekerjaan sampingan yang dikerjakan sekaligus untuk promosi produk sepeda motor. Ada juga yang menggunakan kemajuan teknologi yang saat ini telah menjadi suatu kebutuhan masyarakat luas yaitu media sosial. Disitu dia bisa memanfaatkannya menjadi suatu media untuk berpromosi. Penampilan yang menarik pun sepertinya tidak luput dari perhatian para sales sebelum terjun kelapangan untuk berpromosi. Karena penampilan yang menarik bisa juga menjadi suatu daya tarik kepada konsumen yang ingin membeli produk sepeda motornya. Bahkan ada pula yang menggunakan kegiatan diluar jam kerjanya sebagai sales untuk berpromosi. Seperti ketika membeli suatu kebutuhandi sebuah toko, dia gunakan waktu tersebut sebagai media berpromosi dengan cara memberikan brosur yang dia bawa kepada pemilik toko tersebut.

2. Kendala yang dihadapi sales dalam memasarkan sepeda motor adalah:
 - a. Sulitnya menghadapi pelanggan yang terlalu banyak pertanyaan ketika akan membeli produk sepeda motor.
 - b. Pelanggan suka membanding – bandingkan produk yang para sales jual dengan produk lain sejenis.
 - c. Adanya Pembatalan transaksi jual beli.

B. Saran

Saran yang dapat penulis berikan kepada CV. Surya Prima Unit Kayu Tangi Banjarmasin adalah sebagai berikut :

Perusahaan hendaknya dapat menambah pelayanan di sektor pelayanan service rutin bagi para pelanggan. Sehingga bisa lebih menambah keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan juga hendaknya lebih meningkatkan promosinya. Misalkan dengan mengadakan undian berhadiah setiap pembelian satu buah sepeda motor dan berlaku juga untuk kelipatannya.