

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan oleh penulis, penulis mendapatkan dua kesimpulan, yaitu:

1. Strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh Proficient Communication adalah menyediakan produk paket bervariasi yang memiliki harga kompetitif kemudian dipromosikan melalui pemasaran sistem *personal selling* dan media sosial (*Instagram*). Proficient Communication memiliki letak kantor yang strategis karena dapat diakses melalui tiga keluar tol, Pulo Gebang, Bintara, dan Cakung. Sehingga konsumen dapat dengan mudah mengunjungi kantor. Kemudian Proficient Communication memiliki orang-orang yang berpengalaman dibidang *event organizer* serta memiliki prinsip dimana keinginan *customer* adalah yang utama.
2. Analisis yang dilakukan dalam strategi pemasaran menggunakan metode *SWOT* kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*thread*), yaitu melalui kekuatan yang dimiliki perusahaan yang bersifat kompetitif agar pelayanan dapat mencapai produk yang dibutuhkan konsumen. Sedangkan kelemahan dari perusahaan kurang memperluas ruang lingkup konsumen melalui

jaringan yang ada, sehingga promosi mempunyai keterbatasan internal karena tidak memanfaatkan secara efektif.

## **B. Saran**

Berdasarkan uraian yang ada penulis menyarankan kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Meningkatkan promosi yang kreatif agar bisa lebih bersaing dengan kompetitor, misalnya dengan memasang media promosi perusahaan berupa baliho atau *billboard* pada lokasi yang strategis.
2. Membuka kerjasama/ mengundang *investor* untuk menangani *event* *berbudget* diatas Rp. 500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah).