

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data pembahasan mengenai peranan promosi dalam meningkatkan penjualan jasa reparasi di Galangan I PT DKB, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Galangan I PT DKB adalah dengan melakukan Promosi, antara lain:

a. *Personal Selling* (penjualan tatap muka/individu)

1). *Door to Door*, yaitu Galangan I PT DKB mengutus orang (karyawan) untuk mendatangi perusahaan-perusahaan pelayaran dengan tujuan menawarkan jasa reparasi terkait kenyataan bahwa kapal adalah produk yang dapat rusak dan memerlukan perawatan. Untuk menunjang promosi ini Galangan I PT DKB selalu melakukan *Lobby* / menghubungi ulang setiap periode waktu tertentu agar calon konsumen selalu ingat dengan Galangan I PT DKB.

2). *Survei Boath*, hal ini adalah salah satu promosi yang unik yang dikerjakan oleh Galangan I PT DKB, karena tidak menawarkan terlebih dahulu calon konsumen melainkan melakukan tindakan langsung kelapangan dengan menaiki

kapal boat untuk mencari kapal yang dikiranya memerlukan perbaikan dengan memberikan penilaian atas kapal tersebut (survei). Lalu nama kapal tersebut dicatat dan perusahaan menghubungi pemilik kapal tersebut untuk diberikan penawaran atas jasa reparasi.

b. *Direct Marketing* (penjualan langsung)

Galangan I PT DKB juga mempromosikan diri dengan cara melakukan pemasaran yang bersifat interaktif seperti melalui Lelang, dimana hal ini berguna untuk mengukur respon (penilaian konsumen) atas perusahaan.

c. *Advertising* (periklanan)

Meskipun dalam promosi ini Galangan I PT DKB hanya memberikan sedikit kontribusi dalam menarik konsumen sehingga terjadi penjualan jasa.

2. Analisis matriks *SWOT* mengenai strategi pemasaran di Galangan I PT DKB adalah:

a. *Strength + Opportunity* :

Dengan menjadi Market Leader dalam industri perkapalan, PT DKB Galangan I dapat memanfaatkan lokasi yang strategis untuk meningkatkan penjualan jasa.

b. Strength + Threat :

Dengan munculnya Perusahaan pesaing, PT DKB Galangan I melakukan peningkatan penjualan dengan menawarkan produk/jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

c. Weakness + Opportunity :

Meskipun promosi melalui iklan terbatas, PT DKB Galangan I memudahkan konsumen untuk melakukan perbaikan kapal karena lokasinya yang strategis dekat dengan Pelabuhan.

d. Weakness + Threat :

PT DKB Galangan I melakukan peningkatan promosi dengan cara ikut serta dalam pameran, sehingga mampu bersaing dengan perusahaan pesaing dalam hal promosi.

B. Saran

Bagi Galangan I PT DKB agar tetap mempertahankan promosi reparasi ini dan terus mengejar konsumen untuk menggunakan jasa *shipyard* dan *engineering* agar tetap menjadi *Market Leader* sehingga meningkatkan jumlah Penjualan Jasa (konsumen).