

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan sajian data serta analisis data dalam penelitian ini yang berjudul Strategi Promosi Strategi Promosi PT. PERTAMINA (Persero) melalui Kampung Bright Gas di Ledok Tukangan dalam meningkatkan penjualan Bright Gas tahun 2016-2017 di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh PT.PERTAMINA Branch Marketing DIY-Surakarta melalui Kampung Bright Gas menjadi promosi yang memiliki peran penting dalam peningkatan penjualan produk Bright Gas di Daerah Istimewa Yogyakarta. Promosi Kampung Bright Gas menjadi promosi yang cukup efektif melalui pemanfaatan bauran promosi sekaligus sehingga dapat meminimalisir pengeluaran dan memaksimalkan hasil yang didapatkan. Namun PT. PERTAMINA Branch Marketing DIY-Surakarta memiliki beberapa catatan yang harus dipertimbangkan untuk penyempurnaan aspek pada setiap tahapan agar mendapatkan pelaksanaan promosi yang benar-benar optimal. Kekurangan-kekurangan yang ada pada promosi Bright Gas ini perlu segera diantisipasi agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik oleh konsumen sarannya. Pada pelaksanaan promosi Kampung Bright Gas ditemukan faktor pendukung yang dapat dijadikan penunjang pelaksanaan promosi yaitu dengan adanya dukungan penuh dari Walikota Yogyakarta yang mendukung adanya

pelaksanaan promosi dengan kampanye sadar subsidi untuk warga kelas menengah ke atas, manfaatnya lainnya didapatkan dari keberadaan mitra dengan *community development* yaitu warga Kampung Ledok Tukangan yang sudah memiliki bekal kesadaran dalam penggunaan produk subsidi sehingga PT. PERTAMINA Branch DIY-Surakarta mudah dalam bersinergi dengan warga Kampung Ledok Tukangan dalam memperluas kampanye sadar subsidi kepada warga Kampung lainnya. Mitra pengembangan komunitas ini dapat memberikan manfaat *win-win solution* dari kedua belah pihak. Dari beberapa nilai positif pada pelaksanaan Kampung Bright Gas, terdapat faktor penghambat yang harus diperhatikan oleh PT.PERTAMINA Branch Marketing DIY-Surakarta dalam pelaksanaan promosi yaitu tidak memperhatikan porsi sumberdaya manusia (SDM) pada pelaksanaan promosi Kampung Bright Gas sehingga terdapat tugas yang tumpang tindih dan tidak ada SDM yang fokus pada pelaksanaan promosi Kampung Bright Gas sehingga tidak adanya monitoring secara detail dan kontinyu. Penghambat lainnya yaitu dengan jangkauan pelayanan yang sempit dan minimnya sosialisasi dari PT. PERTAMINA Branch Marketing DIY-Surakarta membuat keberadaan dari promosi Kampung Bright Gas menjadi tidak luas dan merata, sehingga banyak konsumen yang tidak tahu detail mengenai keberadaan promosi Kampung Bright Gas ini.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan yang dipaparkan pada penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran sebagai bentuk masukan atau bentuk alternatif lain sebagai pertimbangan untuk beberapa pihak, sebagai berikut:

1. Bagi Pertamina

- a. Perlu adanya penambahan SDM dari pihak PT. PERTAMINA Branch Marketing DIY-Surakarta untuk membentuk tim dalam melakukan riset pencarian data perencanaan promosi maupun saat evaluasi promosi. Hal ini untuk menghindari adanya tumpah tindih peran kerja dari internal PT. PERTAMINA Branch Marketing DIY-Surakarta sehingga pelaksanaan promosi dapat dimonitoring secara kontinyu dan meminimalisir adanya suatu hambatan.
- b. Perlunya peningkatan sosialisasi maupun pemberian informasi dari pihak PT. PERTAMINA Branch Marketing DIY-Surakarta ke konsumen secara lebih luas tentang keberadaan Kampung Bright Gas yang dapat memberikan akses media keunggulan dalam melayani konsumennya. Hal ini dikarenakan masih banyak konsumen yang berada lebih dari radius 5 km dari Kampung Ledok Tukangan masih minim pengetahuan mengenai keberadaan Kampung Bright Gas sebagai media promosi produk Bright Gas.

2. Bagi Kampung Bright Gas

- a. Pada Kampung Bright Gas dibuat tim khusus yang fokus bertugas untuk bertanggungjawab operasional dari media promosi Kampung Bright Gas secara penjualan maupun semua sarana prasarana yang sudah diberikan oleh PT. PERTAMINA Branch Marketing DIY-Surakarta. Hal ini dilakukan agar tidak hanya fokus pada penjualan *stockist* namun juga bertanggungjawab pada sarana lainnya agar tetap terjaga dan dilakukan peremajaan secara berkala.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan data yang lebih banyak atau memperluas ruang lingkup penelitian., menambahkan objek lainnya yang mempengaruhi peningkatan penjualan Bright Gas selain dari promosi Kampung Bright Gas.