

## BAB V

### PENUTUP

Pada bab terakhir ini penulis akan menguraikan kesimpulan yang telah didapatkan dari seluruh pembahasan yang disajikan pada bab sebelumnya, kemudian akan dilanjutkan dengan pemberian saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan seluruh pihak yang bersangkutan.

#### 5.1 Kesimpulan

Dari uraian dan berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. PT. Alpha Central Propertindo merupakan sebuah perusahaan *real estate* yang bergerak dalam bidang jasa memasarkan properti, bentuk properti yang dipasarkan yaitu berupa perumahan, *apartemen*, dan juga ruko.
2. PT. Alpha Central Propertindo telah mengimplementasikan strategi pemasaran 7P pada bisnis nya secara terstruktur. Strategi ini dilakukan perusahaan agar kegiatan pemasaran pada perusahaan dapat berjalan lebih efektif dan efisien sehingga keberhasilan penjualan akan lebih meningkat.
3. Bentuk strategi pemasaran yang dilakukan yaitu strategi *product*, strategi *price*, strategi *place*, strategi *promotion*, strategi *people*, strategi *process*, dan juga strategi *physical evidence*. Dari semua strategi yang dilakukan, memberikan pelayanan dan fasilitas yang mendukung

kenyamanan adalah yang utama yang selalu diterapkan oleh PT. Alpha Central Propertindo baik kepada konsumen maupun kepada *vendor*.

## 5.2 Saran

Dari hasil pengamatan yang telah penulis lakukan selama menjalani kegiatan magang di PT. Alpha Central Propertindo Batam dan juga berdasarkan kelebihan dan kekurangan PT. Alpha Central Propertindo Batam dalam menerapkan strategi pemasaran maka penulis akan memberikan saran yang sekiranya dapat berguna bagi keberlangsungan perusahaan, sebagai berikut:

1. Perusahaan hendaknya dapat meninjau lebih lanjut keberhasilan dalam pemberian motivasi kerja pada beberapa *marketing* perusahaan yang hasil penjualannya masih rendah, mengingat tim *marketing* merupakan SDM yang dimiliki perusahaan yang sangat berpengaruh dalam keberlangsungan perusahaan.
2. Perusahaan bisa melakukan penelitian pasar secara teratur sehingga pengetahuan akan pasar terus bertambah dan juga tetap mutakhir atau terbaru, dengan ini perusahaan dapat memberikan informasi yang akurat dan terbaru mengenai seluruh aspek properti kepada konsumen.
3. Dalam penerapan Strategi Promosi, perusahaan telah melakukan dengan baik dan tepat, maka diharapkan perusahaan dapat terus konsisten serta mempertahankan penerapan strategi promosi yang telah dilakukan.
4. Dan yang terakhir, diharapkan perusahaan agar dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan jasa nya terutama pada tahap proses transaksi maupun negosiasi berjalan. Karena pada proses ini

perusahaan harus mampu memberikan kesan dan pengalaman yang baik kepada konsumen, sehingga nantinya akan tercipta hubungan pelanggan bukan hanya dalam jangka pendek tetapi juga dalam jangka panjang.

