

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu : Analisis SOAR dalam menentukan strategi pemasaran di industri jasa finance antara lain : Strategi S-A yaitu Memanfaatkan media online untuk promosi. Promosi yang dilakukan FIF Karawang cabang Cikampek masih belum maksimal. Padahal promosi sangat mendongkrak pemasaran suatu unit yang ditawarkan. Promosi melalui media online instagram apabila maksimal bisa meningkatkan pemasaran unit, ditambah lagi semakin majunya teknologi yang memungkinkan semakin banyaknya pengguna instagram. Strategi O-A yaitu Membuat konten promosi semenarik mungkin.

Dalam pembuatan konten promosi, bisa melihat leasing-leasing lain sebagai referensinya. Selain itu, sudah banyak media yang memberikan ajaran mengenai pembuatan konten yaitu ada di youtube, instagram, dan tiktok. Strategi S-R yaitu Melakukan endorsement pada influencer bisa berpotensi untuk mendongkrak pemasaran. Influencer juga tentu memiliki banyak followers tentunya bisa menarik konsumen-konsumen baru bagi FIF Karawang cabang Cikampek. Strategi O-R yaitu Mengoptimalkan perusahaan-perusahaan dengan jumlah populasi yang banyak untuk melakukan promosi. Perusahaan yang memiliki jumlah populasi banyak sangat membuka peluang pemasaran yang tinggi juga, karena dengan banyaknya jumlah karyawan yang ada, peluangnya akan semakin tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang harapannya dapat memberikan manfaat bagi perkembangan pemasaran FIF Karawang cabang Cikampek, yaitu:

1. Gencarkan promosi pemasaran unit kendaraan bermotor leasing FIF karawang cabang Cikampek, khususnya melalui media sosial instagram dan tiktok.
2. Lebih sering mengikuti event-event besar yang ada di kota Karawang, seperti event musik dan bisa melakukan promosi disitu karena mengingat animo masyarakat yang sangat banyak untuk berkunjung.

3. Melibatkan influencer ternama untuk ikut andil dalam memasarkan promosi unit kendaraan bermotor, karena dengan jumlah followers yang banyak tentu akan bisa mendongkrak penjualan unit tersebut.
4. Tetap menjaga silaturahmi yang baik antar karyawan dengan karyawan, maupun karyawan dengan konsumen. Hubungan yang baik antar karyawan dengan karyawan, maupun karyawan dengan konsumen merupakan citra yang harus dijaga. Hubungan yang baik tersebut tentunya akan memberikan timbal balik yang positif untuk FIF Karawang cabang Cikampek , salah satunya yakni dalam promosi.

