

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil studi terkait analisa strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen di PT. Angkasa Pura LogistikCabang Semarang, penulis bisa menyimpulkan jika:

1. Penerapan strategi pemasaran di PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang.  
Strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan pesanan penggunaan jasa layanan dari customer oleh PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang yaitu yang pertama, melakukan promosi branding yang bertujuan untuk memberikan daya tarik tersendiri bagi customer tanpa harus menyentuh customer secara langsung. Kedua, melakukan pemasaran melalui billboard atau brosur yang bertujuan untuk menjangkau customer secara luas dan meningkatkan pesanan secara cepat. Ketiga, memanfaatkan media sosial yang memberikan banyak dampak positif bagi perusahaan dan menjadi lebih dekat kepada customer. Terakhir keempat, menggali customer yang lama tidak order merupakan strategi menjanjikan untuk dilakukan karena perusahaan tidak perlu bersusah payah untuk meminta dan mendapatkan kepercayaan dari customer akan kualitas yang diberikan serta perusahaan dapat meningkatkan pelanggan tetap.
2. Kendala yang dihadapi pada penerapan strategi pemasaran di PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang.  
Logistik Cabang Semarang.  
Kendala yang dihadapi oleh Perusahaan dalam menghadapi persaingan PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang menghadapi kendala utama dalam

penentuan margin harga yang dapat mempengaruhi negosiasi dengan pelanggan. Persaingan harga yang ketat dan regulasi pembayaran yang mengharuskan cash untuk pelanggan baru juga menjadi tantangan signifikan. Selain itu, proses persetujuan negosiasi yang lambat dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan pelanggan yang ingin harga lebih rendah.

## **5.2 Saran**

Dari kesimpulan sebagaimana diuraikan diatas, penulis akan menyampaikan saran terkait studi yang telah penulis lakukan, adapun saran tersebut diantaranya adalah:

1. Untuk menunjang strategi pemasaran dengan baik, sebaiknya PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang dapat melaksanakan strategi pemasaran yang telah disusun sesuai dengan pembagian, target customer dan posisi penerapan strategi agar dapat membantu untuk meningkatkan pesanan dari customer serta mengimplementasikan langkah-langkah secara baik dan benar sesuai dengan prosedur untuk menambah daya tarik customer.
2. Sesuai dengan output yang disarankan oleh penulis, sebaiknya PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang dapat mengatasi hambatan yang terjadi dan memanfaatkan dengan baik setiap peluang yang ada untuk memenuhi kebutuhan dari customer.