

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN & SARAN**

#### **4.1 KESIMPULAN**

Pada akhir bab ini adalah kesimpulan dari hasil pengamatan mengenai strategi pemasaran langsung yang dilakukan oleh PT. Golden Globe Medica kesimpulan berdasarkan uraian di atas sebagai berikut :

Kegiatan Strategi Pemasaran Langsung yang dilaksanakan PT Golden Globe Medica cabang Surabaya menggunakan 3 strategi yaitu Pemasaran Katalog, *Telemarketing* dan Situs Web.

Pemasaran Katalog : PT. Golden Globe Medica membuat Katalog untuk menginformasikan produk terhadap konsumen

*Telemarketing* : PT. Golden Globe Medica melakukan *telemarketing* ke dalam yaitu menerima pertanyaan dan pemesanan produk dan juga menerima komplain dari pelanggan melalui layanan *call center*.

Situs Web: Hal hal yang dilakukan oleh PT. Golden Globe Medica yaitu memberikan penawaran produk secara online, mengupdate stok barang terbaru, dan *Hot News* seputar Perusahaan.

sedangkan hal yang belum dijalankan oleh PT. Golden Globe Medica adalah membuat penawaran dalam bentuk *E-Catalogue* yang wajib dilakukan bila bertransaksi dengan Rumah Sakit milik Pemerintah.

#### **4.2 SARAN**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka dapat dikemukakan beberapa saran yaitu:

1. PT. Golden Globe Medica hendaknya membuat Katalog dalam Bahasa Indonesia karena selama ini Katalog yang digunakan masih berbahasa Inggris dan itu merupakan hambatan dalam mengkomunikasikan informasi produk terhadap konsumen.