

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

CV. Reval Raya melalui program kerja yang dibuat yaitu strategi pemasaran melalui promosi seperti media cetak dan media elektronik membuat CV. Reval Raya dapat lebih banyak dikenal oleh konsumen pengguna jasa konstruksi dan diharapkan dapat mempercayai dan memakai jasa di CV. Reval Raya dalam pembangunan suatu gedung. Dengan melakukan promosi melalui media cetak yaitu pemasangan iklan di koran dan penyebaran brosur memudahkan calon konsumen pengguna jasa konstruksi bangunan dalam mendapatkan informasi yang ditawarkan oleh CV. Reval Raya. Selain itu melalui promosi media elektronik yaitu pembuatan website "<https://www.revalraya.com>" serta akun media sosial seperti facebook dengan nama "CV. Reval Raya" dan instagram "@revalkonstruksi" konsumen pengguna jasa konstruksi dapat mengakses proses kegiatan yang dilakukan setiap harinya dan hasil yang telah dikerjakan CV. Reval Raya, selain itu konsumen pengguna jasa konstruksi dapat mengutarakan pertanyaan yang berhubungan dengan CV. Reval Raya. Dengan cara itu CV. Reval Raya bisa lebih dekat dengan konsumen pengguna jasa konstruksi. Dari program tersebut akhirnya sedikit banyaknya sudah ada yang mengenal jasa konstruksi di CV. Reval Raya.

4.2 Pembahasan

Dalam pencapaian strategi pemasaran melalui promosi media cetak dan media elektronik, hal ini memudahkan konsumen pengguna jasa konstruksi bangunan dalam mengakses dan berinteraksi mengenai jasa di CV. Reval Raya. Melalui program ini banyak calon konsumen yang merespon positif, hal ini pun membuat pengaruh yang baik untuk CV. Reval Raya. Sehingga CV. Reval Raya akan terus

memberikan pelayanan, kualitas dan kenyamanan yang lebih baik lagi untuk konsumen pengguna jasa konstruksi bangunan.