

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dari penulisan skripsi. Dari data yang telah di dapatkan serta diuraikan secara garis besar dari keseluruhan yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya.

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam Skripsi ini, maka Penulis dapat menarik kesimpulan secara empiris bahwa pendekatan Manajemen Strategis dapat diterapkan dengan berhasil dalam bidang perusahaan minuman-kesehatan "Yakult", karena terbukti berhasil meningkatkan volume penjualan. Secara umum kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut :

1. PT. YAKULT INDONESIA PERSADA didirikan di Indonesia tanggal 10 Desember 1990, bergerak di bidang industri minuman-kesehatan "Yakult". Perusahaan ini merupakan suatu perusahaan *Joint Venture* (Usaha Patungan) yang berstatus Penanaman Modal Asing (PMA) antara PT. PERKASA SIMPATI PERSADA (Salim Group) dengan YAKULT HONSHA CO, LTD.
2. Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada sudah cukup baik/berhasil. Hal ini dapat dilihat dengan adanya peningkatan volume penjualan setiap tahunnya, walaupun ada sedikit penurunan. Dan untuk

prospek pemasaran minuman “Yakult” di Indonesia sangat cerah, karena minuman kesehatan ini memang menjadi kebutuhan manusia yang tahu akan arti pentingnya kesehatan.

3. Semua variabel *Marketing Mix*, yaitu Produk, Distribusi, Promosi, dan Harga telah dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh PT. Yakult Indonesia Persada dalam pelaksanaan pemasarannya.

4. Dalam Strategi Produk, selalu memperhatikan/menjaga mutu dari hasil produksinya baik yang masih dalam proses produksinya maupun yang telah ada di pasaran. Mutu produk dari hasil produksi tersebut diperiksa langsung oleh Direktorat Jenderal Pengawasan Obat Dan Makanan (POM).

5. Dalam Strategi Distribusi, Perusahaan menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Dalam saluran distribusi langsung Perusahaan menggunakan sistem Yakult Lady yaitu dengan menggunakan tenaga wanita untuk menjual produknya. Sedangkan dalam saluran distribusi tidak langsung Perusahaan menggunakan tenaga Wiraniaga/*salesman* untuk mengirimkan/mengunjungi para pengecer (toko-toko dan supermarket) dengan menggunakan mobil *box* yang dilengkapi dengan alat pendingin.

6. Dalam Strategi Promosi, Perusahaan menggunakan semua variabel dari *Promotional Mix* yaitu dengan *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling*, maupun *Publicity*.

7. Dalam Strategi Harga, Perusahaan menetapkan harga yang sama untuk semua daerah-pemasarannya, dan pemasaran dilakukan secara menyeluruh dengan pertimbangan bahwa Perusahaan ingin mengkonsentrasikan produknya agar dapat diterima oleh konsumen.

8. Strategi penjualan "*direct selling*" (Penjualan Langsung, tanpa melalui Pengecer) atau "*personal selling*" (Penjualan cara Perorangan, secara langsung melalui Wiraniaga), memegang peranan penting dalam Perusahaan tersebut dimana produktivitas Wiraniaganya mempengaruhi hasil penjualan langsung Perusahaan sehingga dapat mempengaruhi tingkat perkembangan Perusahaan. Dapat dibuktikan bahwa terdapat hubungan korelasi yang "kuat" antara jumlah Wiraniaga yang dipekerjakan dengan peningkatan volume penjualan.,

9. Penjualan perorangan adalah salah satu unsur "Bauran Promosi" (*Promotion Mix*) yang dilakukan oleh para Wiraniaga. Berbeda dengan unsur Bauran Promosi yang lainnya karena Wiraniaga bersifat pribadi/individu dan berkomunikasi secara langsung, sedangkan alat yang promosi lain bersifat massa dan tidak pribadi.

10. Dengan semakin sadarnya masyarakat akan arti pentingnya kesehatan, dan didukung oleh pendapatan per-kapita yang semakin tinggi, maka dapat diramalkan bahwa prospek usaha penjualan minuman-kesehatan di Indonesia menunjukkan adanya harapan yang cerah. Ini memberikan kesempatan yang harus dimanfaatkan oleh Perusahaan secara lebih efisien dan efektif sehingga

dapat memberikan kesempatan bagi PT. Yakult Indonesia Persada untuk terus berkembang.

B. SARAN-SARAN

Dari uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam Skripsi ini, maka Penulis akan mencoba mengemukakan beberapa Saran yang mungkin dapat bermanfaat khususnya bagi PT. Yakult Indonesia Persada dalam usahanya guna meningkatkan volume penjualan.

Adapun Saran-saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Mengingat bahwa PT. Yakult Indonesia Persada mendominasi hampir seluruh pasar minuman Yoghurt dibandingkan dengan perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis, maka untuk mempertahankan tingkat penjualan sebaiknya Perusahaan dapat menghasilkan atau memproduksi jenis minuman ber-variasi dengan berbagai rasa dan warna seperti halnya produk Vitacharm, dengan mutu yang sama.
2. Agar Perusahaan selalu tetap menjaga dan meningkatkan mutu dari produk yang dihasilkan, dengan cara menjaga kebersihan alat-alat yang dipergunakan dalam proses pembuatan produk Yakult agar selalu steril, dan lingkungan pabrik maupun kantor harus terjaga kebersihannya mengingat produk Yakult adalah jenis minuman untuk kesehatan.
3. Karena ternyata dalam memasarkan produk yang dilakukan oleh Perusahaan secara sistem Yakult Lady atau dengan menggunakan tenaga wanita

yang datang dari rumah ke rumah sudah cukup baik/berhasil, sebaiknya Perusahaan tetap mempertahankan sistem tersebut, dan juga agar memperhatikan personil Yakult Lady baik dari segi kerapihan maupun kebersihan, karena ini menyangkut citra (*image*) di mata konsumen terhadap produk Yakult.

4. Sebaiknya Perusahaan mengadakan Ceramah atau Penyuluhan untuk umum, seperti di lingkungan sekolah, kampus, dan lain-lain, di mana dengan cara ini konsumen diharapkan akan lebih yakin akan manfaat/faedah dari minuman-kesehatan Yakult.

5. Karena kemasan Yakult yang terbuat dari plastik dapat menimbulkan limbah industri yang mengakibatkan kerusakan lingkungan, maka sebaiknya Perusahaan mengadakan program "Peduli" (Pendaauran Ulang Limbah Industri) dalam rangka menunjang usaha pelestarian lingkungan.

6. Mengingat bahwa dalam setiap botol minuman-kesehatan Yakult terkandung 6,5 milyar bakteri *Lactobacillus casei Shirota strain*, tetapi pada kemasan atau botolnya Perusahaan tidak mencantumkannya, sebaiknya Perusahaan mencantumkan kriteria tersebut untuk menyakinkan konsumen bahwa minuman tersebut benar-benar mengandung bakteri *Lactobacillus casei Shirota strain*, yang sangat bermanfaat bagi kesehatan, untuk dapat menghilangkan kesan bahwa "bakteri senantiasa berbahaya bagi kesehatan".-

DAFTAR KEPUSTAKAAN

1. Alif Martadi, "Diktat Manajemen Strategis", USAHID, Jakarta, 1994
2. Basu Swastha, MBA, dan Irawan, "Manajemen Pemasaran Modern", Liberty, Yogyakarta 1988
3. Basu Swastha, MBA, "Azas-azas Marketing", Edisi 3, Liberty, Yogyakarta, 1988
4. Certo, Samuel C., and J. Paul Peter, "Strategic Management: A Focus on Process", Mc Graw Hill, New York, 1990
5. Hani Handoko, "Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia", Edisi 2, BPFE Gajah Mada, Yogyakarta, 1986
6. Kotler, Philip, "Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian", Edisi 6, Alih Bahasa Drs. Jaka Wasesa, MSM, Penerbit Erlangga - Jakarta 1991
7. Kotler, Philip, "Marketing Management: Analysis, Planning, Implementatrion and Control", 8th Edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1994
8. Winardi, Prof.DR., "Aspek-aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)", Mandar Maju, Bandung 1989

KEGIATAN JOB TRAINING DI PT YAKULT INDONESIA PERSADA

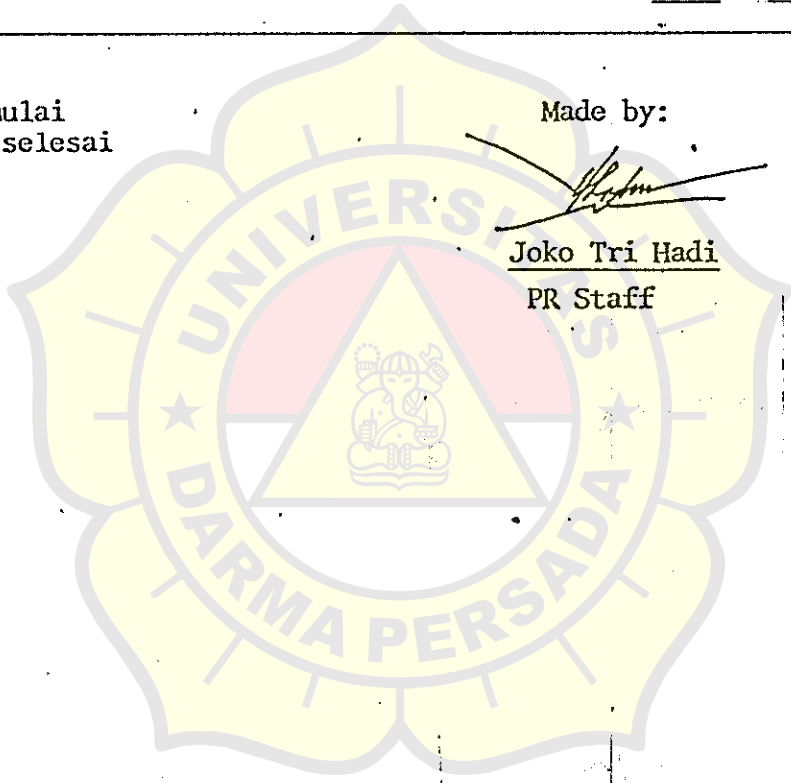
Jenis Kegiatan	BULAN JULI 1994					
	25	26	27	28	29	30
. Gambaran Umum Sejarah & Perkembangan Perusahaan Yakult	_____					
. Pengetahuan Produk Yakult		_____				
. Saluran Distribusi & Sistem Pemasaran Yakult			_____	_____		
. Kegiatan Promosi & Peran PR Yakult				_____	_____	
. Pemutaran Film-film Yakult					_____	
. Gambaran Umum Proses Produksi Yakult					_____	_____

tatan:
 Training dilaksanakan mulai
 pukul 15.30 WIB hingga selesai
 (+ 1.5 Jam)

Made by:



Joko Tri Hadi
 PR Staff



P.T. YAKULT INDONESIA PERSADA

No.	PUSAT	ALAMAT	TELPON	FAX
1	Y.I.P.S.H.O	WISMA U.I.C. - LANTAI DASAR	5202030	5200830
2	(SALES HEAD OFFICE)	JL. JEND. GATOT SUBROTO KAV. 6 - 7		
3		JAKARTA 12930		
4	Y.I.P. PABRIK	JL. KIWI PEKAYON PASAR REBO	8711703	8711710

No.	CENTER	ALAMAT	TELPON
1	TEBET (29)	JL. TEBET DALAM II NO. 18	8304572 / 8307987
2	MATRAMAN (31) 28	JL. KAYUMANIS X NO. 68	8509833
3	PASEBAN (121) 11 (23)	JL. PASEBAN RAYA NO. 47 C	3100609
4	MAMPANG (30)	JL. BUNCIT RAYA NO. 57	7941686
5	TJ. DUREN (14)	JL. DELIMA II NO. 8	5682933
6	JELAMBAR (27)	KOMP. TAMAN DUTA MAS NO. 14 BLOK D 8	5678064
7	TAMAN SARI (28)	JL. KEBUN JERUK IX NO. 50 A	6498952
8	KEMAYORAN (21)	JL. GARUDA NO. 34 B	4240338
9	TOMANG (23)	JL. MANGGA NO. 19	5673836
10	KEBAYORAN LAMA (28)	JL. CIPUTAT RAYA NO. 23 B	7253428
11	RAWAMANGUN (29)	JL. TENGGIRI NO. 1C	4881963
12	JATINEGARA (24)	JL. OTISTA III NO. 1C	8192381
13	PASAR MINGGU (22)	JL. PASAR MINGGU RAYA NO. 75	-
14	CIPETE (22)	JL. CIPETE RAYA NO. 12	7502661
16	CONDET (22)	JL. CONDET RAYA NO. 112	8007821
17	TAMBORA (28) 30	JL. DURI SELATAN III NO. 59 D	6244819
18	PALMERAH (30)	JL. PAL MERAH BARAT NO. 42	5306282
19	BOGOR I (20) 11 11	JL. SILIWANGI NO. 60 B	(0251) 326272
20	PETAMBURAN (22)	JL. PETAMBURAN IV NO. 20	5708320
21	BOGOR II (16)	JL. RE MARTADINATA NO. 37	(0251) 317319
22	KARTINI (27)	JL. LAUTZIE NO. 2A	6391121
23	KALI MALANG (28)	JL. PONDOK BAMBU BATAS NO. 1	- 8626590

No.	GABANG	ALAMAT	TELPON	FAX
1	BANDUNG	JL. GATOT SUBROTO NO. 175 A	(022) 311540	(022) 312650
2	SURABAYA	PLAZA SURABAYA SHOP HOUSE C 12	(031) 516377	(031) 516376
		JL. PEMUDA 31, 37		
3	SEMARANG	SILIWANGI PLAZA BLOK B NO. 11 & 12	(024) 603185	(024) 603186
4	LAMPUNG	JL. PATTIMURA NO. 17	(0721) 486356	(0721) 481039

24. Kiga (24) Jl. Kramat Jaya
 25. Pabrik (18) Jl. Gunggang Renda no. 28

Jumlah TL = 500 orang.