

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan dari pembahasan tersebut seperti berikut ini :

1. PT. Gujati 59 merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri yang memproduksi jamu-jamu tradisional dengan merek dagang " Gujati 59 ". Awal berdirinya perusahaan merupakan perusahaan keluarga yang jangkauan pemasarannya masih terbatas pada wilayah Jabotabek. Pada saat ini PT. Gujati 59 memiliki jaringan distribusi tersebar di 4 wilayah pemasaran di Indonesia yaitu wilayah Sumatera, wilayah Jawa dan Bali, wilayah Indonesia Timur serta wilayah Kalimantan. Target pasar yang ingin dicapai oleh perusahaan untuk tahun-tahun yang akan datang adalah kota-kota diseluruh wilayah Indonesia dan sasaran pasar internasional untuk ekspor.
2. Saluran distribusi yang ditetapkan oleh perusahaan dalam memasarkan hasil produksi jamunya adalah saluran distribusi tradisional (tak

langsung), dimana dalam pendistribusian produk jamunya PT. Gujati 59 menggunakan distributor tunggal yaitu PT. Mahkota Buana Mandiri, dari distributor tersebut langsung dipasarkan pada agen-agen yang berupa toko-toko, warung-warung selain dipasarkan langsung pada para jamu gendong. Untuk wilayah penjualan di luar Jabotabek, dipasarkan melalui distributor-distributor cabang daerah. Dari distributor cabang daerah disalurkan kepada agen dan dari agen dipasarkan pada penjual jamu seduh, jamu gendong serta para pengecer.

3. Berdasarkan analisis perhitungan korelasi diperoleh koefisien korelasi adalah $r = 0,913$ atau r mendekati $+1$ yang artinya bahwa hubungan antara biaya distribusi dengan hasil penjualan adalah sangat kuat dan positif, maksudnya yaitu naiknya biaya distribusi akan diikuti dengan naiknya hasil penjualan, demikian sebaliknya. Sedangkan nilai koefisien penentu (KP) adalah sebesar $0,8336$ atau $83,36\%$ menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan biaya distribusi terhadap naik turunnya hasil penjualan produk jamu PT. Gujati 59 adalah sebesar $83,36\%$ dan sisanya sebesar $16,64\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti peraturan pemerintah, kegiatan promosi dan lain sebagainya.

4. Berdasarkan analisis perhitungan regresi diketahui bahwa persamaan regresi linier adalah $Y = -186,25 + 81,23 X$. Dari persamaan ini dapat diartikan bahwa $a = -186,25$ artinya pada saat tanpa biaya distribusi maka hasil penjualan PT. Gujati 59 adalah sebesar – (Rp.186,25 juta) dan $b = 81,23$ artinya setiap kenaikan atau penambahan biaya distribusi sebesar Rp. 1 juta akan menyebabkan hasil penjualan naik sebesar Rp.81,23 juta. Jadi jelas disini terlihat dengan adanya biaya distribusi maka akan menyebabkan peningkatan penjualan PT. Gujati 59.

5. Berdasarkan pengujian hipotesa berdasarkan perhitungan korelasi diperoleh hasil $t_o = 9,503 > t_{\frac{1}{2}\alpha} = 2,3534$ yang berarti bahwa H_o ditolak, dengan demikian hubungan antara biaya distribusi dengan hasil penjualan adalah sangat erat dan significant. Dan berdasarkan pengujian hipotesa berdasarkan perhitungan regresi linier sederhana diperoleh hasil $t_o = 6,913 > t_{\frac{1}{2}\alpha} = 2,3534$ yang berarti hubungan antara biaya distribusi dengan hasil penjualan adalah sangat erat dan signifikan. Dengan demikian sangat cukup bukti untuk menyatakan bahwa biaya distribusi mempunyai pengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan.

6. Dari berbagai hasil analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa semua kegiatan distribusi

yang telah dilakukan oleh PT. Gujati 59 mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap peningkatan hasil penjualan produk jamu Gujati 59.

B. Saran-saran

Dari hasil observasi dan penelitian yang penulis lakukan pada PT. Gujati 59, dan berdasarkan pembahasan serta hasil analisis yang telah dilakukan pada bab IV maka penulis akan mencoba mengajukan beberapa saran yang mungkin dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasarannya sehubungan dengan kegiatan penyaluran atau distribusi produk jamu Gujati 59 seperti berikut ini :

1. Hasil-hasil yang telah dicapai sehubungan dengan kegiatan distribusi hendaknya dapat terus ditingkatkan guna kelangsungan hidup perusahaan. Mengingat daya tahan produk jamu yang merupakan produk konsumsi tidak terlalu lama, hendaknya perusahaan juga dapat terus mengadakan peningkatan kualitas produk misalnya inovasi atas kualitas kemasan produk sehingga pada saat produk sampai ke tangan konsumen, khasiat produk jamu tersebut tidak tercemar sehingga "*brand image*" produk pada konsumen tetap terjaga.

2. Sehubungan dengan peningkatan mutu produk dan untuk lebih meningkatkan kegiatan distribusi yang berjalan perusahaan perlu meningkatkan kualitas atau kemampuan sumber daya manusianya, misalnya dengan memberikan pendidikan dan pelatihan. Kegiatan ini tentu akan membutuhkan tambahan biaya sehingga perlu dilakukan dengan kebijaksanaan yang efektif dan efisien.
3. Mengingat banyaknya perusahaan pesaing yang juga memproduksi dan memasarkan produk jamu, sebaiknya perusahaan menambah jumlah cabang pemasaran didaerah-daerah yang potensial sehingga dapat melayani permintaan konsumen. Dengan perluasan daerah pemasaran ini maka hasil penjualan produk jamupun akan dapat ditingkatkan, maka perlu dibentuk suatu tim khusus untuk melakukan riset pasar yang dapat membantu, memantau dan mencarikan prospek baru yang menguntungkan. Disamping kegiatan pemasaran yang sudah sangat bagus perlu ditunjang dengan kegiatan produksi yang bagus pula, oleh karena itu riset pasar diperlukan.
4. Sehubungan dengan adanya riset pasar yang dilakukan oleh tim khusus tersebut maka perusahaanpun akan dapat mempertimbangkan untuk pengembangan produk atas produk yang sudah ada maupun penciptaan

produk baru (inovasi produk). Sehingga sasaran penjualan yang hendak dicapai dapat terpenuhi. Disamping itu kegiatan pemasaran yang lainnya seperti kegiatan promosi yang efektif dan efisien akan dapat menjadi pertimbangan dalam menghadapi persaingan yang sangat tajam.



DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito, Drs., **Marketing**, Cetakan VII, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1991.
- Basu Swastha, DH., **Konsep dan Strategi Analisa Kwantitatif Saluran Pemasaran**, Cetakan V, Edisi Kedua, BPFE-UGM, Yogyakarta, 1991.
- Basu Swastha, DH., **Manajemen Penjualan**, Edisi 3, Cetakan II, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1993.
- Basu Swastha, DH., dan Ibnu Sukotjo W., S.E., **Pengantar Bisnis Modern**, Edisi 3, Cetakan III, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1993.
- Basu Swastha, DH., **Azas-azas Marketing**, Edisi 3, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1996.
- Freddy Rangkuti, **Riset Pemasaran**, Cetakan Kedua, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997.
- Hadir Hadiyanto dan Herry Susanto, **Pengantar Manajemen Pemasaran, Seri Diktat Kuliah**, Penerbit Gunadarma, Jakarta, 1993.
- Masri Singarimbun dan Sofjan Effendi, **Metode Penelitian Survei**, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Penerbit LP3ES, Jakarta, 1995.
- M. Manullang, Drs., **Pengantar Ekonomi Perusahaan**, Cetakan Ke-16, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1994.
- Philip Kotler, **Marketing**, terjemahan Elen Gunawan, Edisi Kedua, CV. Intermedia, Jakarta, 1990.
- Philip Kotler, **Manajemen Pemasaran : Analisa, Perencanaan dan Pengendalian**, Jilid 2, Edisi Ketujuh, Erlangga, Jakarta, 1993.
- Philip Kotler, **Manajemen Pemasaran**, Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1994.
- Soehardi Sigit, **Marketing Praktis**, Cetakan Ketiga, Liberty, Yogyakarta, 1987.
- Syahrul Muchtar, **Dasar-dasar Manajemen Marketing Modern**, Penerbit Miswar, Jakarta, 1988.
- Sudjana, M.A., M.Sc., Prof. Dr., **Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga**, Jilid II, Edisi Baru, Tarsito, Bandung, 1993.



PT. GUJATI LIMAPULUH SEMBILAN UTAMA

Komplek Pik-Pulogadung Blok E 33 - 36 , Jln. Raya Penggilingan
Cakung, Pulogadung - Jakarta Timur, 13940
Telp. 4608486, 4605715, Fax. 4605715

SURAT KETERANGAN RISET

Kami yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : SUNENTI
No. Pokok : 95410028
NIRM : 95312334925008
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Semester : VIII



Telah melakukan riset di PT. GUJATI 59 dalam rangka penulisan skripsi yang dimulai pada tanggal 27 Juni 1999 sampai tanggal 29 Juli 1999.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Jakarta, 2 Agustus 1999


H. Rachmawati
Direktur