

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan apa yang telah di uraikan di atas, maka akhirnya penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kegiatan pameran dagang adalah sangat penting dan efektif dalam usaha meningkatkan nilai ekspor perusahaan PT. Kenongo Tulip Indonesia.
2. Dalam Usaha meningkatkan ekspor dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan PT.Kenongo Tulip Indonesia lebih mempertahankan kualitas produknnya daripada kuantitasnya.
3. Dari hasil pameran dagang yang di ikuti telah terbukti dapat meningkatkan ekspor, dan hubungan antara biaya pameran yang di keluarkan dengan hasil ekspor adalah positif dan kuat ($r = 0,99 \%$).
4. Persentase tingkat pertumbuhan ekspor rata-rata adalah 11,054% per tahun selama tahun 1986 sampai dengan tahun 1992.

B. Saran-saran

Setelah melihat kepada kekurangan dan kelemahan yang ada, maka penulis mencoba mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk mempertinggi hasil ekspor hendaknya PT. Kenongo Tulip Indonesia tetap mengikuti dan memilih pameran dagang sebagai sarana promosi ke luar negeri.
2. Untuk tetap dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan yang berorientasi terhadap produk yang dihasilkan hendaknya tetap menjaga kualitas produk tetapi juga berusaha untuk menambah kuantitas dengan diimbangi oleh penambahan tenaga kerja yang potensial dan dibekali pelatihan dan pengembangan keahlian.
3. Dalam hal menghadapi adanya kesulitan memilih tenaga kerja yang ahli dan memiliki jiwa seni di bidang handicraft hal itu dapat diatasi dengan bekerja sama dengan lembaga pendidikan baik formal maupun non formal.

Contoh :

Pendidikan formal yaitu sekolah seni pahat .

Pendidikan non formal yaitu koperasi .

4. Dengan melihat jumlah tenaga kerja mencapai 200 orang yang terlihat dalam struktur organisasi, tidak ada penanganan khusus SDM maka diusulkan untuk ditunjuk seorang manajer personalia agar potensi dari masing-masing karyawan dapat lebih dioptimalkan

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Amil, MS, Seluk Beluk dan Teknik Perdagangan Luar Negeri, penerbit PT.Pustaka Binawan Pressindo, Jakarta, tahun 1996.

Basu Swastha Dh, MBA dan Drs.Irawan, MBA, Manajemen Pemasaran Modern, Penerbit Liberty, Jogjakarta, tahun 1990.

Depdag RI dan DPE, Buku Panduan Penataran dan Prosedur Ekspor Indonesia, tahun 1990, Jakarta.

Drs. Basu Swastha Dh, MBA dan Drs.Irawan, MBA, Manajemen Pemasaran Modern, Penerbit Liberty, Jogjakarta, tahun 1990.

Frank Jefkins, Periklanan, penerbit Erlangga, Jakarta, tahun 1996.

Harian Kompas, Senin 3 Februari, tahun 1997. Colom Istilah Ekonomi.

Rhenald Kasali, Manajemen Periklanan, penerbit MI, Jakarta, tahun 1993.

Rod.E.Brahmana,SE, Teknik Promosi Ekspor, Penerbit Djambatan, Jakarta, tahun 1996.

Siswanto S, Kerangka Dasar Manajemen, Penerbit LPPM, Jakarta, tahun 1988.