

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari uraian bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Mustika Ratu sebagai perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang industri kosmetika, telah mampu mewujudkan tujuannya untuk turut serta melestarikan nilai-nilai budaya tradisional warisan leluhur bangsa Indonesia pada sarana perawatan dan kecantikan dalam bentuk produk kosmetika tradisional bagi segala tingkat usia.
2. PT. Mustika Ratu telah mampu mengembangkan produk kosmetika yang beraneka ragam baik untuk konsumsi wanita dewasa maupun juga untuk wanita remaja.
3. Hasil penjualan produk PT. Mustika Ratu selama 5 tahun menunjukkan bahwa usaha pengembangan produknya telah mengakibatkan dampak positif pada hasil penjualan secara total.

#### B. Saran - saran

Mengingat bahwa produk kosmetika yang ditawarkan dipasar sangat beraneka ragam baik yang berasal dari dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri maka menghadapi persaingan yang sulit tersebut PT. Mustika Ratu disarankan untuk :

1. Mencermati setiap jenis produknya yang mana-mana yang unggul di dalam pasar, mana yang kuat atau tidak unggul yang kiranya tidak perlu diproduksi lagi.
2. Pengembangan produk kosmetika sangat perlu dilakukan oleh PT. Mustika Ratu, dimana dengan tepat mempertahankan ciri khususnya sebagai kosmetika tradisional Indonesia yang diramu dan dibuat dari bahan-bahan alami yang diperlukan melalui kesuburan alam Indonesia.
3. Lebih mempertahankan langkah-langkah yang diambil oleh pesaing di dalam merebut pasar, khususnya di dalam melempar produk baru.
4. Lebih memperhatikan trend pasar, baik pasar luar negeri maupun pasar dalam negeri, sehingga perencanaan produk baru menyesuaikan diri dengan trend yang berlaku.

Demikian kesimpulan dan saran-saran yang dapat saya kemukakan semoga dapat dijadikan perbandingan serta dapat bermanfaat bagi perkembangan perusahaan PT. Mustika Ratu.

## DAFTAR PUSTAKA

Basu Swasta DH, Drs. MBA dan Irawan Drs. M.B.A Manajemen Pemasaran Modern, Liberty Yogyakarta, Edisi II, 1986

Drs. Basu Swasta DH, M.B.A. Azas-Azas Marketing, Edisi III.

Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Analisa Perusahaan Pengendalian  
Jakarta : PT. Gelora Aksara Pertama, Edisi I, 1987

Philip Kotler, Marketing, Diterjemahkan oleh Herujati Purwoko, MA, Edisi I,  
1994.

Pasaribu Amudi Prof. Dr. M.Sc., Ph.D Pengantar Statistik, Jakarta, Ghalia  
Indonesia, 1983.

Sofjan Assnury, SE. M.B.A. Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi  
Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, Edisi I, 1988

William J. Stanto, Prinsip-Prinsip Pemasaran PT. Gelora Aksara Pratama, Edisi I  
1993

