

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari perusahaan seperti yang telah diuraikan dan hasil analisis dari penelitian pada bab sebelumnya, maka dibawah ini akan disajikan beberapa kesimpulan yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. PT. Klawing Tiga Kencana adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang interior dimana perusahaan ini menghasilkan produk-produk furniture dan perlengkapan interior serta jasa untuk pemasangannya, disamping itu perusahaan juga menerima jasa pembongkaran, perapihan, pemasangan jaringan listrik dan jaringan komunikasi telepon di ruangan.
2. Pengembangan produk menjadi alat strategis bagi perusahaan dalam upaya untuk menghasilkan produk yang memiliki keunggulan-keunggulan untuk memenangkan persaingan di pasar. Namun bagaimanapun juga keberhasilan strategi pemasaran dalam mendukung penguasaan pasar, sangat bergantung kepada kemampuan perusahaan dan lingkungan bisnis.
3. Perkembangan dan hasil penjualan interior bisa dibilang baik pada periode tahun 2000-2003 karena dari tahun ketahun mengalami

kenaikan, hal itu ditentukan juga dengan faktor-faktor eksternal perusahaan seperti kebijakan pemerintah mengenai bahan bakar minyak yang memicu kenaikan produk-produk bahan mentah dan sebagainya.

4. Walaupun untuk bahan-bahan mentah mengalami kenaikan dan biaya produksi meningkat yang disebabkan oleh faktor-faktor eksternal, namun dapat diimbangi melalui personal selling pada tim pemasaran PT. Klawing Tiga Kencana, sehingga dapat mencapai peningkatan hasil penjualanyang cukup berarti dengan tingkat keuntungan yang dapat dipertahankan atau ditingkatkan.
5. Penerapan strategi bauran pemasaran pada PT. Klawing Tiga Kencana dapat dinilai baik, hal ini terlihat pada hasil penjualan pada tahun 2001 mengalami peningkatan berturut-turut sampai dengan tahun 2003.

B. Saran-saran

Setelah mengetahui uraian kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Klawing Tiga Kencana, maka penulis dapat memberikan saran guna dijadikan sebagai bahan analisa bagi perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk menghadapi persaingan yang kuat maka, PT. Klawing Tiga Kencana seharusnya melakukan Marketing Research secara teratur dan lebih mendalam, guna mengetahui perubahan keinginan dan selera konsumen dari waktu ke waktu dan bila diperlakukan dapat menggunakan konsultan pemasaran yang relevan.
2. Guna mengakomodasi selera konsumen, sebaiknya PT. Klawing Tiga Kencana harus mempunyai disain interior yang bervariasi, agar konsumen dapat memilih sesuai keinginan dan selernya dan melakukan pembelian.
3. Sebaiknya PT. Klawing Tiga Kencana dapat menyediakan armada transportasi yang cukup banyak, agar pemesanan konsumen cukup tinggi dan nilai proyek yang dikerjakan sangat besar dapat diselesaikan secara tepat waktu.
4. Perusahaan sebaiknya perlu mengantisipasi persediaan bahan baku sebelumnya untuk diproses menjadi bahan jadi, hal ini bertujuan apabila perusahaan dapat proyek bisa langsung melakukan proses produksi tanpa harus mencari bahan baku yang membutuhkan waktu cukup lama, dimana hal ini akan berdampak kepada ketepatan waktu penyelesaian proyek tersebut.
5. Perusahaan juga seharusnya dapat melakukan tindakan dengan tetap menjaga hubungan kemitraan dengan para konsumen agar dapat memberikan referensi kepada para konsumen lainnya bahwa mutu

atau kualitas serta model/disain produk yang dihasilkan PT. Klawing Tiga Kencana sangat baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Alex s. Nitisemito, Marketing, cetakan 2 penerbit Ghalia Indonesia, jakarta
1994
- Assauri Sofyan, Manajemen pemasaran, dasar, konsep dan strategi
Jakarta,rajawali pers,1995
- Donald R Cooper, Metode Penelitian Bisnis, Penerjemah Ellen Gunawan,
Cetakan 4, Erlangga, Jakarta, 2000
- Kotler Philip, Manajemen Pemasaran. Analisis, perencanaan, implementasi
dan pengendalian jilid 2, salemba empat, Jakarta 1995.
- Kotler Philip, Manajemen Pemasaran Di Indonesia, Penerjemah Anceella
Anitawati Hermawan, Salemba Empat, Jakarta, 2001
- Kotler Philip, Marketing, Edisi 2, Terjemahan Herujati Purwoko, Penerbit
Erlangga, Jakarta, 1993
- Prawiro Suyadi Sentono, Manajemen Pemasaran, Edisi II, Bumi Aksara,
Jakarta, 2000
- Swastha Basu, Azas-azas Marketing, Liberty, Yogyakarta, 2000
- Swastha Basu, Pengantar Bisnis Modern, Liberty, Yogyakarta, 2001
- Winardi, Aspek Bauran Pemasaran, Mandar Maju, Bandung, 1996



KLAWING TIGA KENCANA
INTERIOR FURNITURE BUILDING

Jakarta, 10 Juni 2004

SURAT KETERANGAN

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Linarniningsih.
Jabatan : Manager Administrasi & Keuangan PT. KLAWING TIGA KENCANA
Alamat : Jl. Kesehatan No. 57 A
Pondok Bambu - Jakarta Timur

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Yanti Heryanti Kusnaeni.
Alamat : Jln Yodhum No. 2 Rt. 002 Rw. 011
Duren Sawit - Jakarta Timur

Memang benar telah melakukan reset di perusahaan kami pada tanggal 7 Juni s/d 9 Juni 2004 untuk menyelesaikan tugas akhir. Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Kami,
PT. KLAWING TIGA KENCANA

Linarniningsih
Manager Administrasi & Keuangan

