

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini penulis mengemukakan beberapa kesimpulan dan memberikan saran-saran yang dianggap perlu dengan harapan saran-saran tersebut dapat lipergunakan sebagai dasar pertimbangan perusahaan dimasa yang akan datang.

A. Kesimpulan

Peranan Marketing Mix sangat diperlukan untuk meningkatkan penjualan dengan menganalisa produk, harga, distribusi dan promosi.

1. Mengenai produk

- a) Masalah yang timbul adalah keterlambatan bahan baku dalam pembuatan pallet, mengakibatkan pembuatan produk menjadi terhambat dan tidak sesuai dengan jadwal.
- b) Produk pallet/peti yang dilakukan berdasarkan pesanan PT. Berkah Jaya Utama Raya mengalami kesulitan yaitu ketidakseragaman barang-barang yang diproduksi dan dijual karena berbedanya selera konsumen.
- c) Ketidakpuasan seiring keluhan oleh para konsumen, hal ini dapat membuat permasalahan yang mempengaruhi realisasi penjualan pallet/peti kayu Sobsi. Dengan adanya keluhan mutu tidak baik tentu dapat menurunkan minat konsumen pada pallet/peti buatan PT. Berkah Jaya Utama Raya.

2. Mengenai Harga

Masalah yang selalu berkait adalah Harga pallet kayu Sobsi berbeda karena produksi yang dilakukan berdasarkan pesanan konsumen.

- a) PT. Berkah Jaya Utama Raya memasarkan bahan baku Sobsi dengan harga yang murah, lebih murah dari harga pasaran.
- b) PT. Berkah Jaya Utama Raya menetapkan harga pallet kayu Sobsi cenderung mahal dari pada harga pasaran.

3. Mengenai Saluran Distribusi

Saluran distribusi yang digunakan perusahaan ini adalah saluran distribusi langsung PT. Berkah Jaya Utama Raya sebagai produsen yang memproduksi pallet dari peti kayu Sobsi dan memasarkan kepada pemakai industri (konsumen).

4. Mengenai Promosi

Promosi dilakukan dengan cara iklan (advertensi) melalui media cetak dan melakukan promosi dengan cara personal selling.

Hasil penjualan tertinggi pada tahun 2000 sebesar Rp. 779.810.000,- hal ini dikarenakan faktor-faktor bauran pemasaran terutama promosi, sedangkan hasil penjualan terendah pada tahun 1991 sebesar Rp. 113.855.000,- hal ini dikarenakan PT. Berkah Jaya Utama Raya belum banyak dikenal perusahaan lain.

Penjualan tahun 195 mencapai Rp. 288.130.000,- dan tahun 1996 penjualan mencapai Rp. 207.965.000,-. Penurunan penjualan pada tahun 1996 kemungkinan dari faktor yang sangat berpengaruh yaitu harga.

3. Saran-saran

Setelah dikemukakan beberapa kesimpulan, berikut ini penulis mencoba untuk memberi beberapa saran yang berhubungan dalam masalah Bauran Pemasaran.

a. Produk

1. Penulis menyarankan untuk melakukan penyortiran terhadap bahan baku kayu lama yang telah dan berjamur, sebaiknya kayu tersebut tidak dipergunakan untuk memproduksi pallet/peti sehingga kualitas yang dihasilkan tetap bagus.
2. Kayu Sobsi jangan sampai terlalu lama di gudang, hal ini merupakan tanggung jawab bagian pemasaran dan bagian pembelanjaan. Bagian pemasaran bertanggung jawab memasarkan kayu Sobsi supaya laku terjual sehingga tidak terjadi penumpukan kayu lama di gudang. Merupakan tanggung jawab manajemen untuk bekerja secara optimal.

Bagian pembelanjaan bertanggung jawab membeli kayu yang telah habis terjual bukan membeli kayu yang persediaanya masih banyak.

b. Harga

Sebaiknya PT. Berkah Jaya Utama Raya menekan biaya produksi sehingga harga jual pallet kayu Sobsi dapat bersaing dengan perusahaan lain. Tidak

berarti harga harus lebih murah dari pesaingnya, tetapi jauh lebih mahal sehingga konsumen tidak memilih produsen lain.

c. Distribusi

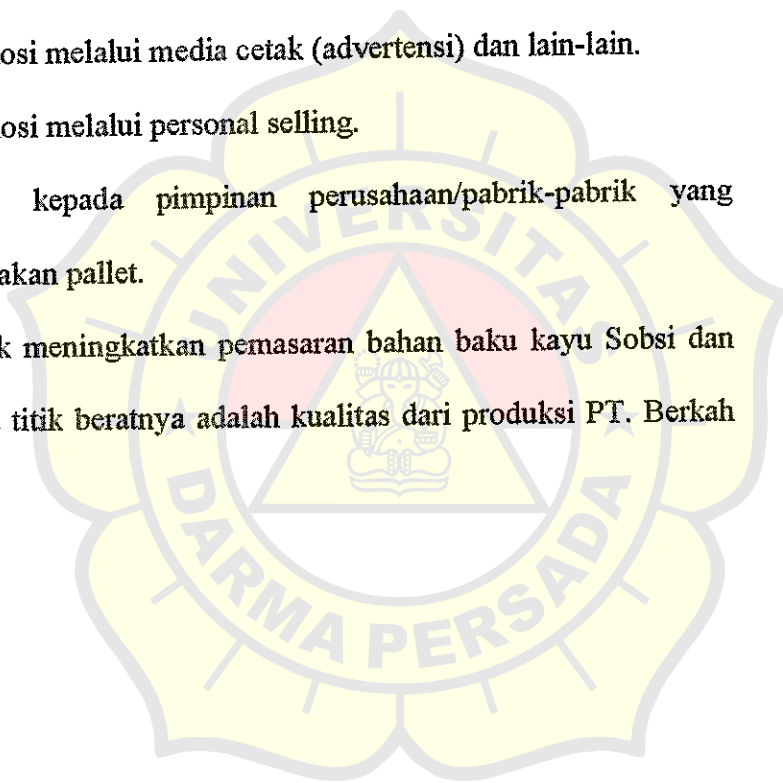
Meningkatkan seluruh distribusi pemasaran untuk memperluas pangsa pasar.

Jika diperlukan memasarkan pallet ke pabrik-pabrik di luar negeri.

d. Promosi

1. Meningkatkan promosi melalui media cetak (advertensi) dan lain-lain.
2. Meningkatkan promosi melalui personal selling.
3. Mengirim pamflet kepada pimpinan perusahaan/pabrik-pabrik yang umumnya menggunakan pallet.

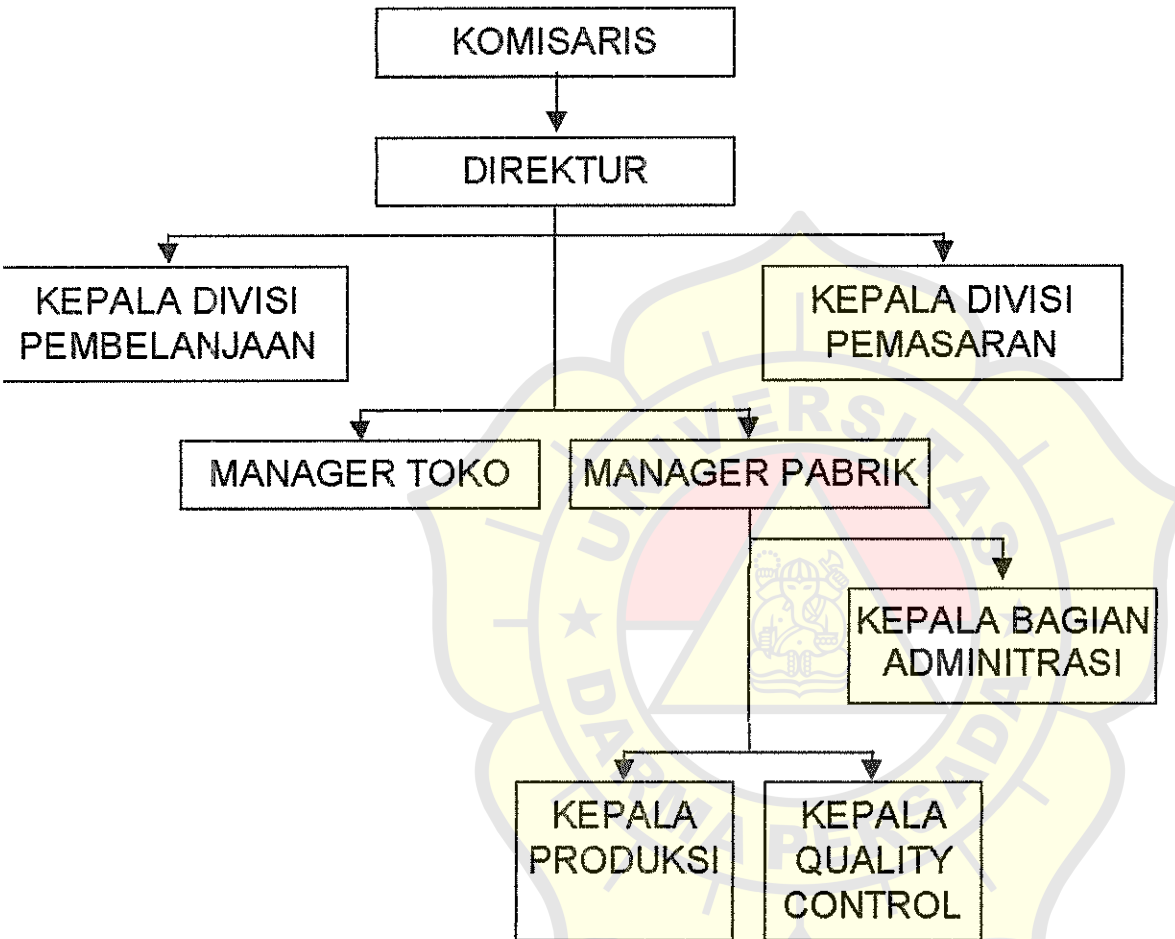
Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pemasaran bahan baku kayu Sobsi dan pallet Sobsi yang mana titik beratnya adalah kualitas dari produksi PT. Berkah Jaya Utama Raya.



DAFTAR PUSTAKA

- ssauri, Sofyan, Manajemen Pemasaran, Edisi I, Cetakan 5, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1996.
- asu, Swastha, Dh dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi kedua, Liberty, 1990.
- otler, Philip, Marketing Manajemen, Edisi Revisi, Jilid 2, PT. Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- otler, Philip, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedelapan, Penerbit Salemba Empat, 1996.
- otler, Philip dan Gary Amstrong, (terjemahan), Dasar-dasar Pemasaran, Edisi 6, Jilid I dan 2, Intermedia, Jakarta, 1995.
- otrick, Forsyth, (terjemahan), Manajemen Penjualan, Cetakan 2, PT. Elex Media Komputer, Jakarta, 1993.
- opranto, J, Statistik, Cetakan 8, Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 1997.
- eward, Grant, (terjemahan), Manajemen Penjualan, Cetakan I, Erlangga, Jakarta, 1995.
- illiam J, Stanson, Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid I, Erlangga, 1993.
- illiam J, Stanson, Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid 2, Erlangga, 1996.

BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
PT. BERKAH JAYA UTAMA RAYA



umber : PT. Berkah Utama Raya