

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu mengenai analisa bauran pemasaran produk Meney tin di C.V. Reka Usaha Sekawan, maka pada bab yang terakhir penulis berusaha mengambil kesimpulan dan memberikan saran – saran yang bersifat membangun kepada perusahaan. Adapun kesimpulan dan saran – saran dimaksud adalah sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. Dalam strategi produk, perusahaan selalu memperhatikan / menjaga mutu dari hasil produksinya baik yang masih dalam proses produksinya maupun yang telah ada di pasaran. Mutu produk dari hasil produksi tersebut diperiksa langsung oleh bagian Quality control.
2. Dalam strategi harga, perusahaan menetapkan harga yang bervariasi untuk semua daerah pemasarannya sesuai bentuk produk dan ukuran barang Money tin, dan pemasaran dilakukan belum optimal dengan pertimbangan bahwa perusahaan ingin mengkonsentrasikan produknya agar dapat diterima oleh konsumen.
3. Dalam strategi distribusi, perusahaan menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Dalam saluran distribusi langsung perusahaan menggunakan tenaga penjualan dari team pemasaran perusahaan, sedangkan dalam saluran distribusi tidak langsung perusahaan

menggunakan tenaga penjualan untuk mengirimkan / mengunjungi para pengecer besar (Yayasan Taman Kanak-kanak, Departement Store) dan rekanan bisnis dipasar luar negeri yaitu negara Australia.

4. Dalam strategi promosi, perusahaan tidak menggunakan semua variabel dari bauran promosi seperti ; periklanan media elektronik dan media cetak yang digunakan C.V. Reka Usana Sekawan adalah selebaran atau brosur, personal selling, promosi penjualan melalui pajangan atau display ke Yayasan Taman Kanak-kanak dan departement store serta pameran rutin pertahun di Pekan Raya Jakarta Kemayoran.

B. Saran – Saran

Dengan segala keterbatasan, yang penulis miliki baik dari segi ilmu pengetahuan maupun pengalaman, maka penulis akan mencoba memberikan beberapa saran – saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi perusahaan, yaitu antara lain :

1. Mengenai produk dilihat dari pembeli yang relatif kecil dalam pasarnya, maka penulis menyarankan pada perusahaan terhadap bentuk celengan yang hanya berbentuk lingkaran panjang hendaknya ditambahkan dengan adanya bentuk produk seperti ; sejenis kartun Tele Tubies, Sincan, Doraemon dan kartun lainnya sesuai trend kartun saat ini. Agar perluasan konsumen untuk membeli produk celengan meningkat dalam volume penjualannya.

2. Mengenai harga, maka penulis menyarankan agar perusahaan tidak terfokus dengan kebijaksanaan penetapan kenaikan harga jangka panjang, yang seharusnya perusahaan menggunakan kebijaksanaan penetapan kenaikan harga jangka pendek dan pembedaan harga perusahaan terhadap Yayasan Taman Kanak – Kanak dengan Departement Store.
3. Mengenai distribusi, penulis menyarankan pada lokasi pasar umum yang strategis. Untuk perluasan tempat, sebaiknya perusahaan mendistribusikan ke pasar – pasar umum, ke toko – toko dan tempat hiburan – hiburan yang ada di Indonesia.
4. Mengenai promosi, penulis menyarankan terhadap perusahaan dilihat dari promosi yang digunakan belum optimal, karena ketergantungan selebaran dan pameran saja. Sebaiknya perusahaan melakukan promosi melalui media cetak seperti ; koran – koran, majalah – majalah dan media elektronik seperti di TV dengan mengikuti acara kuis – kuis di TV sebagai sponsor kontrak jangka pendek selama kuis tersebut disiarkan serta masih berlanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alekander Hamilton Institute., Kebijaksanaan Dan Prosedur Penjualan & Pemasaran, PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta, 1996.
- Basu Swastha Dh, Manajemen Pemasaran, Balai Aksara Jakarta, 1981.
- Faisal Afiff, Teknik Penjualan, Angkasa Bandung, 1982.
- Indriyo Gitosudarmo, Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Univ. Gadjah Mada, Yogyakarta, 1994.
- Irawan, Faried Wijaya, Pemasaran 2000, Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, 1996.
- M. Mursid, Manajemen Pemasaran, Bumi Aksara Jakarta, Studi Ekonomi Universitas Indonesia, 1997.
- Murti Sumarni, Jhon Soeprihanto., Pengantar Bisnis, Edisi Keempat, Liberty, Yogyakarta, 1995.
- Philip Kotler ., Manajemen Pemasaran , Edisi Kedelapan, Buku Satu, Salemba Empat, 1995.
- Smallbone D.W., Pengantar Manajemen Penjualan, Balai Aksara. Jakarta, 1981.
- Surachman Sumawihardja, Suwandi Suparlan, dan Sucherly, Intisari Manajemen Pemasaran, Iqra Bandung, 1982.
- Winardi, Manajemen Pemasaran (Marketing Management), Tarsito Bandung, 1986.

Lampiran 1

Prosedur pertanyaan terhadap C.V. Reka Usaha Sekawan

A. Jenis Produksi :

1. Apakah jenis produk yang ada sekarang memungkinkan perusahaan mempertahankan posisi pasarnya atau apakah harus dilakukan penambahan atau penghapusan ?
2. Apakah kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan ?
3. Apakah metode distribusi misalnya melalui para pedagang besar, Yayasan Taman Kanak – Kanak sudah cukup efektif.

B. Penentuan harga :

1. Apakah C.V. Reka Usaha Sekawan terhadap produk Money tin cukup bersaing ?
2. Apakah kenaikan harga akan mengurangi penjualan ?
3. Apakah sistem tagihan yang berlaku saat ini menyebabkan pembayaran tepat waktu ?
4. Bagaimana penentuan harga perusahaan dengan produk yang memang tidak begitu penting pada tahun millenium ?

Lampiran 2

C. Promosi :

1. Apakah promosi produk baru mengenai gambar lebih menarik dari pada produk sebelumnya ?
2. Dapatkah pemasaran jarak jauh, misalnya ke Australia, digunakan untuk menggantikan metode tradisional ?
3. Apakah usaha latihan bagian penjualan cocok dengan kebutuhan kini atau apakah membutuhkan latihan baru yang diperbaiki ?

D. Bagian – bagian peninjauan yang berhubungan :

1. Apakah perusahaan memiliki kebijaksanaan dan prosedur yang cukup baik untuk mengevaluasi efektivitas pemasaran ?
2. Apakah diperlukan metode baru untuk mendapatkan pasar yang lebih besar ?
3. Sudahkah dipikirkan dengan matang hal – hal mendasar dalam bisnis, misalnya biaya penyimpanan dan metode transportasi yang digunakan ?

LEMBAR KEGIATAN PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Syarifudin Husin
 NIM/ NIRM : 95410013
 Pembimbing : Chalid Ismail, SE

NO KONSULTASI	TANGGAL KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING
I	20/1-00	pendahuluan	[Signature]
II	20/00	BAB I definisi	[Signature]
III	20/01/02	bab II definisi	[Signature]
IV	20/4-01	definisi bab III & IV	[Signature]
V	3/5-01	definisi bab III	[Signature]
VI	8/5-01	definisi bab IV	[Signature]
VII	15/5-2001	definisi bab IV	[Signature]
VIII			
IX			
X			

Tanggal mulai bimbingan : 6 Maret 2000

Penyusun : 23 Maret 2001

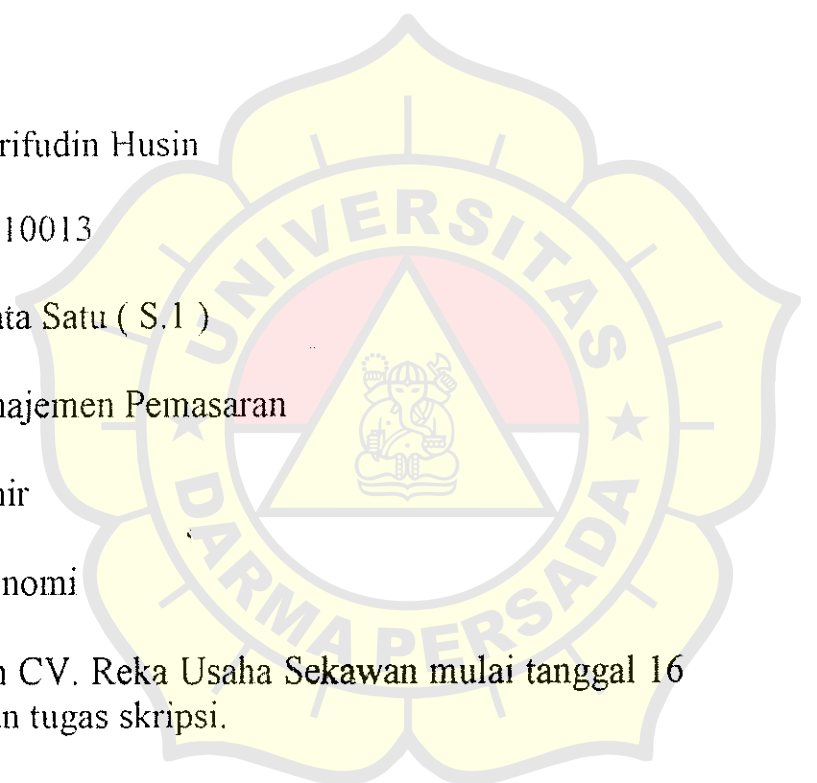
CV. REKA USAHA SEKAWAN

Jl. Pulogadung Blok I / 5 BPSP 324
Kawasan Industri Pulogadung
JAKARTA INDONESIA

SURAT KETERANGAN RISET

in dengan surat Bapak dari Universitas DARMA PERSADA No.
FE-UNSADA/V/2000 Tanggal 16 Mei 2000 bersama ini Kami
hukan bahwa :

Nama : Syarifudin Husin
NIM : 95410013
Program : Strata Satu (S.1)
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Semester : Akhir
Fakultas : Ekonomi



akukan riset di Perusahaan CV. Reka Usaha Sekawan mulai tanggal 16
dalam rangka penyelesaian tugas skripsi.

agar Bapak maklum.

arta, 19 Mei 2000

Budiana Adi Wijaya
Quality control
