

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai hasil penelitian ini, yaitu:

- a. Beberapa strategi perusahaan kurang efektif lagi untuk kondisi saat ini, yaitu *place* dan *promotion*, seperti yang sudah dibahas sebelumnya bahwa saluran distribusi belum optimal dan sarana promosi yang digunakan belum dapat meningkatkan *brand image* dan mendukung peningkatan penjualan.
- b. Tindakan yang harus dilakukan oleh perusahaan agar strategi perusahaan efektif untuk kondisi saat ini adalah:
 - *Place*: memperbaiki saluran distribusi dengan menggunakan toko alat kesehatan dan pedagang besar farmasi sebagai penyalur.
 - *Promotion*: fokus kegiatan promosi sebaiknya digunakan untuk meningkatkan *brand image* merek UNZEN melalui sarana promosi seperti iklan radio, koran, televisi, brosur dan pemasangan *banner*.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan agar perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar PT Sandana Grahacipta adalah dengan memperbaiki saluran distribusi dan melakukan kegiatan promosi yang dapat meningkatkan *brand image*.

Berdasarkan tinjauan bauran pemasaran yang sudah dilakukan, saran yang dapat dari hasil analisa adalah sebagai berikut:

- a. *Product*: Kualitas produk merupakan pertimbangan utama, dan kualitas produk jarum suntik merek UNZEN sudah memenuhi kriteria dari apa yang dibutuhkan oleh pasar. Perusahaan perlu melakukan pengkajian ulang atas kualitas produk yang diharapkan pada segmen pasar yang dibidik, dimana pada segmen pasar yang dibidik para pesaing memiliki kualitas produk yang lebih rendah dibandingkan dengan jarum suntik merek UNZEN. Kualitas produk yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing merupakan nilai tambah bagi produk, akan tetapi biaya produksi untuk produk dengan kualitas tinggi lebih mahal sehingga harga pokok produk lebih tinggi.
- b. *Price*: Harga yang ditetapkan oleh PT Sandana Grahacipta lebih rendah dibandingkan dengan pesaing, perusahaan perlu melakukan pengkajian ulang harga yang sudah ditetapkan. Harga yang murah dapat memberikan kesan yang buruk terhadap merek jarum suntik UNZEN, dimana kualitas produk rendah atau jelek.
- c. *Place*: Perusahaan perlu melakukan penyebaran produk yang lebih merata dengan menggunakan saluran distribusi toko alat kesehatan dan pedagang besar farmasi. Samator grup yang merupakan saluran distribusi lama dapat diarahkan untuk mencari toko alat kesehatan dan pedagang farmasi.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Blythe, Jim. 2003. *Essential of Marketing Communications*, Second edition. England: Pearson Education Limited.
- Boyd, Harper W., Orville C. Walker, dan Jean-Claude Larreche. 2000, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Jilid I dan II, Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga
- Buchari, Alama. 2000, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cravens David W. & Nigel F. Piercy, 2006, edition 8, *Strategic Marketing*. Mc Graw-Hill – International Edition.
- Doyle Peter, 1998, edition 2 , *Marketing: Management and strategy*, Prentice Hall.
- Kartajaya Hermawan, 2006, *On Segmentation*, Markplus & Co.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. *Principles of Marketing*. (12th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler Philip, 2003, edition 11, *Marketing Management*, Prentice Hall.
- _____. 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- _____. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba 4.
- Porter M. E, 1998, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, Free press, London.
- Porter, Michael E. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance: with A New Introduction*. First Free Press Edition. New York: The Free Press.
- Porter, Michael E. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analizing Industries Competitors*. New York: Free Press.
- Putong, Iskandar., 2003. *Teknik Pemanfaatan Analisis Swot Tanpa Skala Industri (A-Swot-Tsi)*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis No. 2, Jilid 8, Tahun 2003*. Surabaya.

- Remiasa, Marcus. 2005. Perencanaan Strategis Pemasaran Untuk Menciptakan Sustainable Competitive Advantage (Kasus Pada Program Studi Manajemen Perhotelan Uk Petra Di Surabaya). *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 1, No. 1, Maret 2005: 14-23. Surabaya.
- Rusli, David Alfonso, SE., 2004. *Analisis Strategi Manajemen Dengan Perspektif SWOT Pada UD. Bintang Usaha Jaya di Surabaya*. Tesis tidak diterbitkan. Surabaya: Program Pasca Sarjana Unika Widya Mandala.
- Setiadi, Nugroho J. 2005. *Perilaku Konsumen*. Cetakan II. Jakarta: Prenada Media.
- Singarimbun. Masri & Sofian Effendi (Ed). 1987. *Metode Penelitian Survei* (edisi revisi). Jakarta: LP3ES.
- Stanton, William, 1997. *Fundamental of Marketing*, Mc. Graw-Hill Book, Tokyo.
- Sudman, Seymour dan Edward Blair. 1998. *Marketing Research : A Problem-Solving Approach*. International Edition. Singapore: McGraw-Hill.
- Susanti, Esther Indra, STP., 2003. *Analisis Strategi Manajemen Dengan Perspektif SWOT Pada PT. Coca Cola Distribution Indonesia Unit Jawa Timur*. Tesis tidak diterbitkan. Surabaya: Program Pasca Sarjana Unika Widya Mandala.
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Irawan, (2000). *Manajemen pemasaran modern*, (2nd ed), Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2001, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, Hussein. 1994. *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran* (Cetakan kedua). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2002. *Strategi Manajemen in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyudi, Agustinus Sri. 1996. *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Cetakan Pertama. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Wheelen, Thomas L., and David J. Hunger. 1995. *Strategic Management and Business Policy*. Fifth Efdition. New Jersey: Addison-Wesley Publishing Company.

(<http://id.wikipedia.org/wiki/Penduduk>, diakses 21 Mei 2010)

(www.nafed.go.id/past/docs/marintel/alat_kesehatan_saudiarabia_2008.pdf,
diakses 5 Juni 2010)