

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1.1. Perusahaan mengalami penurunan volume penjualan selama beberapa tahun terakhir ini, yang disebabkan masih kurangnya jumlah pedagang besar. Dan dengan ditambahnya jumlah pedagang besar maka diharapkan volume penjualan akan meningkat. Dengan demikian maka hipotesa yang penulis ajukan tersebut terbukti kebenarannya.
- 1.2. Dalam menyalurkan hasil produksinya PT "X" hanya melalui beberapa pedagang besar untuk daerah pemasaran yang luas, sehingga penyampaian hasil produksi tidak bisa cepat sampai ke tangan konsumen.
- 1.3. Saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan ini tidak diadakan perubahan dalam sistemnya, tetapi hanya ditambah kuantitas pedagang besarnya.
- 1.4. Peranan saluran distribusi perusahaan "X" sangat penting dalam rangka menyampaikan hasil produksinya ke tangan konsumen yang tersebar luas secara geografis.
- 1.5. Produk perusahaan sudah cukup memenuhi selera kon-

sumen, baik ditinjau dari segi kualitas maupun harganya.

2. Saran

Setelah melihat pada kesimpulan diatas, maka penulis akan memberikan saran-saran yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam usahanya mengatasi penurunan volume penjualan. Saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

- 2.1. Untuk memperlancar penyaluran barang-barang hasil produksi ke tangan konsumen, maka perlu diadakan penambahan jumlah pedagang besar.
- 2.2. Perusahaan tegel porselin "X" harus membina para pedagang besar tersebut dan mengadakan kerjasama yang baik.
- 2.3. Perusahaan perlu mengadakan pengawasan secara rutin sehingga dapat diketahui jalannya penyaluran hasil produksinya.
- 2.4. Untuk mengetahui keadaan pasar, mengenai produknya, selain mendengar laporan-laporan dari para penyalur/perantara, ada baiknya bila produsen sering terjun ke pasar untuk mengadakan survey tentang pasar dari produknya.
- 2.5. Aktivitas saluran distribusi yang dilaksanakan harus didukung oleh aktivitas marketing yang lain,

seperti : promosi, kebijaksanaan harga yang dilakukan dalam hubungannya dengan produk yang disalurkan, sehingga diperoleh keserasian aktivitas marketing dalam mencapai konsumen yang dituju.

Demikianlah saran-saran yang dapat penulis berikan yang mungkin dapat berguna bagi perusahaan tegel porselin "X" di Sepanjang.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Kotler, Philip, Principle of Marketing, Prentice/Hall International editions, Englewood Cliffs, 1980.
- Mursinto, Djoko, Statistik Terapan Untuk Ekonomi, Penerbit Sarana Ilmu Cipta, Surabaya, Jilid II.
- Nitisemito, Alex S., Marketing, Cetakan kelima, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 1984.
- Swastha DH., Basu, Asas-asas Marketing, Edisi ke II, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1979.
- , Saluran Pemasaran, Penerbit BPFE - UGM, Yogyakarta, 1979.
- Winardi, Manajemen Pemasaran, Penerbit CV Sinar Baru, Bandung, 1981.