

## **BAB V**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### 1. Kesimpulan

Setelah menganalisis mengenai Bauran Pemasaran yang dijalankan oleh PT. Laura Indo maka dapat disimpulkan, bahwa perencanaan strategi pemasaran khususnya Bauran Pemasaran masih kurang baik terutama pada Bauran Pemasaran mengenai produk dan bauran pemasaran promosi. Selain itu point-point yang dapat disimpulkan dari analisis strategi pemasaran pada PT. Laura Indo ini, yaitu :

- a. Dengan beragam jenisnya uang terutama ukurannya dapat menjadi suatu keunggulan bagi perusahaan akan tetapi dapat pula menjadi suatu kelemahan bagi perusahaan karena produknya sama tetapi ukuran beragam jenis sehingga pembeli mendapat kesulitan untuk menentukan uang terutama ukuran yang akan mereka beli.
- b. Pihak perusahaan menetapkan PT. Samudra Indonesia sebagai biro pengangkutan karena PT. Samudra Indonesia telah beroperasi secara multinasional.
- c. Pada kegiatan promosi perusahaan hanya mengalokasikan 0,02 % dari total penjualan untuk promosi ini sangatlah tidak sesuai untuk kegiatan promosi dimasa sekarang ini karena kegiatan advertising haruslah benar-benar mencapai konsumen produk perusahaan.

- d. Metode penetapan harga oleh PT. Laura Indo berdasarkan harga pasar yang berlaku karena perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidup untuk jangka waktu yang lama.
- e. Kurangnya perhatian perusahaan pada analisis SWOT ini dapat dilihat pada peluang yang telah ada akan tetapi perusahaan membiarkan peluang tersebut.

## 2. Saran

Pada bagian ini penulis akan memberikan saran-saran yang diharapkan menjadi pertimbangan bagi perusahaan dan dapat berguna bagi perusahaan PT. Laura Indo, dimana saran-saran tersebut merupakan hasil dari pengamatan, analisis permasalahan yang telah penulis kerjakan sebelumnya.

Menurut penulis agar dapat meningkatkan penjualan produk dari PT. Laura Indo ini maka perusahaan haruslah .

- a. Melakukan diversifikasi produk baik itu perubahan kemasan, penambahan lini produk baru yaitu ikan malong.
- b. Anggaran dana untuk kegiatan promosi harus diperbesar menjadi 5 % dari total penjualan agar lebih efektif guna penyampaian pesan dari perusahaan pada konsumen.
- c. Perusahaan sebaiknya menambah investasi pada bidang pengangkutan dan bangunan baru dimana bangunan baru dapat berfungsi sebagai *coldstorage*.

- d. Agar dapat memperlancar pemasaran perusahaan sebaiknya memiliki satu agen resmi yang ditunjuk perusahaan guna mengkoordinasi penjualan di luar negeri dimana agen tersebut nantinya akan melakukan tugas pemasaran.