

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil uraian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu, maka penulis akan mencoba untuk menarik beberapa kesimpulan serta akan memberikan saran-saran yang bisa menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan (PT. Depo Alfa Palembang) untuk meningkatkan volume penjualan.

1. PT. Depo Alfa adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran air minum dalam kemasan dengan merk "Alfa One", yang merupakan anak perusahaan dari PT. Tirta Osmosis Sampurna Palembang.
2. Dalam aktivitas pemasarannya khususnya aktifitas promosinya yang dilakukan oleh PT. Depo Alfa Palembang adalah periklanan, promosi penjualan dan publisitas.
3. Volume penjualan air minum dalam kemasan "Alfa One" selama lima tahun dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2001 walaupun mengalami peningkatan volume penjualannya, akan tetapi target yang ditetapkan oleh perusahaan tidak dapat tercapai.
4. Dalam perhitungan korelasi antara biaya promosi dengan hasil penjualan diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,91 yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif diantara keduanya. Dan untuk koefisien determinasinya diperoleh hasil sebesar 82,81 % ini berarti bahwa sumbangan biaya promosi

terhadap hasil penjualan adalah sebesar 82,81 % sedangkan sisanya sebesar 17,19 % disumbangkan oleh faktor-faktor lainnya.

5. Untuk ramalan penjualannya pada 2 tahun ke depan yakni tahun 2002 dan tahun 2003 dapat dilihat jika tahun 2002 dibandingkan dengan tahun 2001 maka akan terjadi penurunan volume penjualan sebesar Rp 1.471.016.000,- atau sebesar 23,11 %. Sedangkan untuk tahun 2003 jika dibandingkan dengan tahun 2002 maka akan terjadi peningkatan sebesar Rp 403.420.000,- atau sebesar 8,24 %. Akan tetapi jika dibandingkan dengan tahun 2001 maka telah terjadi penurunan sebesar Rp 1.067.596.000,- atau sebesar 16,76 %.

B. Saran

Adapun saran yang dapat ditampilkan sebagai masukan yang mungkin dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan adalah :

1. Perusahaan hendaknya lebih mengaktifkan kegiatan promosi agar produk air minum dalam kemasan dengan merk "Alfa One" ini dapat lebih dikenal masyarakat yang belum begitu mengenal produk yang dipasarkan oleh PT. Depo Alfa Palembang ini.
2. Perusahaan perlu menambah kegiatan promosinya baik melalui media massa lokal, dan radio lokal, maupun melalui paket-paket hadiah pada hari-hari besar nasional tertentu, memasang stiker-stiker air minum dalam kemasan "Alfa One" di berbagai tempat, serta ikut menjadi sponsor dalam suatu kegiatan yang berlangsung di Palembang. Sebaiknya promosi ini tidak hanya

dilakukan di daerah perkotaan, melainkan juga di luar kota seperti desa-desa atau kecamatan dengan membuat papan reklame.

3. Agar promosi dapat memberikan manfaat dan menguntungkan perusahaan, perusahaan harus dapat melakukan perencanaan promosi terlebih dahulu, dengan mengadakan penelitian baik terhadap konsumen atau media yang akan digunakan.
4. PT. Depo Alfa Palembang juga perlu memperhatikan kebijaksanaan yang diambil oleh perusahaan pesaing dalam melaksanakan kegiatan promosinya. Hal ini berguna bagi perusahaan untuk mengambil keputusan dalam melaksanakan promosinya.