

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pengaruh faktor bauran pemasaran perusahaan bihun cap Matahari Palembang yang telah disajikan dalam bab IV, serta didukung oleh data-data dan pernyataan-pernyataan yang diperoleh melalui penelitian ini, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan volume penjualan dari tahun 1999 sampai dengan tahun 2001.
2. Promosi yang dilakukan perusahaan baru sebatas *personal selling* dengan meliputi 6 daerah pemasaran yaitu Palembang, Lahat, Bengkulu, Prabumulih, Baturaja dan Jambi.
3. Harga jual yang ditetapkan sama dengan produk pesaing yaitu sebesar Rp 1.200 / bks, serta belum adanya potongan harga dan singkatnya waktu kredit yang diberikan.
4. Faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi penurunan volume penjualan adalah sistem distribusi, kegiatan promosi, dan struktur harga.
5. Besarnya pengaruh faktor bauran pemasaran terhadap tingkat volume penjualan adalah sebesar 72,25% dan sisanya 27,75% disebabkan oleh faktor lain.

6. Usaha-usaha untuk meningkatkan volume penjualan dapat dilakukan berdasarkan urutan faktor yang mempengaruhinya (lihat t hitung) yaitu :
 - a. perbaikan sistem distribusi
 - b. peningkatan kegiatan promosi
 - c. kebijaksanaan struktur harga

B. Saran

Dengan mengacu pada kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka berikut ini penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran yang kiranya dapat membantu pihak perusahaan dalam mencari alternatif solusi bagi pemecahan permasalahan yang dihadapi dalam usaha meningkatkan volume penjualan.

Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Memperluas daerah pemasaran ke daerah-daerah yang masih potensial khususnya daerah Muara Enim dan Pagar Alam.
2. Menambah armada (truk) untuk memperlancar pengiriman produk.
3. Meningkatkan kegiatan promosi yang ada yaitu *personal selling* dengan cara menambah tenaga penjual. Di samping itu perlu juga melakukan kegiatan promosi lainnya seperti promosi penjualan melalui pemberian hadiah-hadiah berupa gelas, piring atau kaos maupun kalender untuk jumlah pembelian tertentu.

4. Menetapkan harga jual berdasarkan pasar. Dengan kata lain harga jual yang ditetapkan harus di bawah produk pemimpin pasar dalam hal ini adalah bihun cap Suka Tani.
5. Memberikan potongan-potongan harga untuk pembelian secara tunai serta perpanjangan jangka waktu kredit untuk penjualan non tunai.