

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya penulis akan menarik kesimpulan dan saran-saran yang nantinya dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada di perusahaan.

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis S.W.O.T maka diidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman sebagai berikut:
 - a. Kekuatan yang dimiliki CV. POPULAR Palembang adalah perusahaan mendapat liscense Jerman dengan mendapatkan Certificate ISO 9001. Keramik Mulia harganya lebih murah dibandingkan dengan keramik lainnya dan *image konsumen* yang baik terhadap keramik Mulia.
 - b. Kelemahan CV. POPULAR Palembang adalah pada proses distribusinya dimana banyak konsumen yang mengeluh karena barang yang dipesan oleh konsumen maupun pengecer tidak tepat pada waktunya, sehingga konsumen terkadang mengembalikan ataupun membatalkan barang yang telah dipesannya. Perusahaan juga tidak memberikan ketentuan harga jual minimum dan maksimum kepada

para pengecernya sehingga antara satu pengecer dengan pengecer lainnya saling bersaing.

- c. Peluang pasar yang dimiliki oleh CV. POPULAR Palembang dalam memasarkan produknya khususnya keramik dinding Mulia masih terbuka luas. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perumahan, ruko – ruko ataupun proyek – proyek yang ingin memperindah rumah ataupun ruko yang dibangunnya dengan menggunakan keramik dinding dari pada cat tembok.
 - d. Ancaman yang dimiliki oleh CV. POPULAR Palembang adalah pesaing dari perusahaan yang memasarkan produk sejenis sehingga penjualan keramik Mulia mengalami penurunan hal ini berakibat kepada target yang telah ditetapkan sulit untuk dicapai oleh perusahaan, hal lain juga dikarenakan banyaknya motif baru yang muncul dari PT. Mulia Industrindo
2. Melihat kondisi persaingan, perusahaan menetapkan untuk menurunkan target dari 77.760 penjualan dari tahun sebelumnya, menjadi 60.520 dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki agar target yang ditetapkan dapat tercapai.
 3. CV. POPULAR tanpa mengesampingkan para pengecer – pengecernya berusaha memasarkan produknya ke bangunan baik itu perumahan, ruko – ruko ataupun proyek – proyek lainnya yang mempunyai prospek cerah bagi perusahaan. Perluasan target pasar ini dilakukan untuk mencapai tingkat penjualan yang maksimal.

4. Dalam memasarkan produk CV. POPULAR Palembang mengandalkan personal sellingnya dengan mendatangi konsumen maupun para pengecer sehingga dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya.

B. Saran – saran

1. Perusahaan harus dapat memperbaiki layanan distribusi produknya kepada para konsumen maupun pengecer sehingga produk yang dipasarkan selalu tersedia dan datang tepat pada waktunya.
2. Memperluas jaringan distribusinya untuk memasarkan keramik Mulia khususnya keramik dinding Vanda Series sehingga memudahkan konsumen dalam membeli keramik Mulia.
3. Perusahaan harus memperhatikan promosi yang telah dilakukan agar dapat memasuki pasar sasarannya misalnya dengan mempromosikan produk yang dipasarkan oleh perusahaan melalui media cetak yaitu Sumatera Ekspres agar informasi yang diberikan oleh perusahaan mengenai produk yang dipasarkannya dapat menjangkau masyarakat luas sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produknya. Selain iklan, perusahaan sebaiknya memberikan brosur kepada konsumen maupun pengecer-pengecernya sehingga memudahkan konsumen maupun pengecer-pengecernya dalam memilih motif ataupun tipe keramik Mulia sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

4. Perusahaan sebaiknya menentukan harga jual maksimum dan minimum ditingkat pengecer dalam memasarkan produk kepada konsumen untuk menjaga citra produk dan perusahaan serta stabilitas harga di tingkat pengecer.