

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan uraian-uraian dan analisis yang dilakukan pada bab-bab terdahulu, maka pada bab ini penulis mencoba untuk menarik kesimpulan dan sekaligus mengemukakan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi.

#### **A. Kesimpulan**

1. PT. Misumatama Adi Mulia cabang Palembang merupakan produsen dan distributor yang bergerak dalam bidang pemasaran pakan ikan.
2. PT. Misumatama Adi Mulia cabang Palembang mengalami penurunan volume penjualan tahun 2000 di daerah Palembang pada produk Kendi Mas sebesar 86,5 % dan produk Haima Brand NF sebesar 86,7 % dibandingkan dengan daerah lain.
3. Promosi yang bersifat publisitas belum dimanfaatkan oleh perusahaan, begitu pula dengan Personal Selling yang digunakan masih sedikit, yaitu hanya menggunakan satu orang salesman.
4. PT. Misumatama Adi Mulia cabang Palembang belum pernah melakukan periklanan di media cetak ataupun di media elektronik, sehingga perusahaan kurang dikenal oleh masyarakat luas.

5. Promosi yang dilakukan PT. Misumatama Adi Mulia cabang Palembang ini belum dilaksanakan sebagaimana mestinya, perusahaan hanya menggunakan kegiatan promosi penjualan dengan cara memberikan kalender kepada para langganan, juga memberikan potongan harga kepada para konsumen yang membeli pakan ikan dalam jumlah yang besar dan membayar secara tunai ( secara langsung ).

## **B. Saran**

1. PT. Misumatama Adi Mulia cabang Palembang sebaiknya menggunakan media surat kabar terbitan lokal dan media radio sebagai sarana informasi dalam memasarkan pakan ikan.
2. Promosi dapat memberikan manfaat dan menguntungkan, maka perusahaan harus dapat melakukan perencanaan promosi terlebih dahulu, dengan mengadakan penelitian baik terhadap para konsumen atau media yang digunakan.
3. Para tenaga penjual ( salesman ) perlu ditambah 2 orang atau lebih dan tenaga penjual tersebut perlu diberi pengetahuan yang lebih mendalam tentang mutu produk yang hendak dijual, hal ini bertujuan agar tenaga penjual tersebut mampu menjelaskan keadaan produk kepada para konsumen secara terperinci.

4. Sebaiknya PT. Misumatama Adi Mulia cabang Palembang menggunakan pameran sebagai alat promosi penjualan karena dengan adanya pameran, para konsumen dapat lebih mengetahui dan mengenal produk PT. Misumatama Adi Mulia cabang Palembang dengan lebih baik, serta dapat memberikan informasi bagaimana cara-cara melakukan budidaya perikanan.
5. Mengefektifkan promosi, misalnya didalam pemberian hadiah tidak hanya diberikan kepada penyalur saja tetapi juga diberikan kepada para konsumen pakan ikan potensial, agar para konsumen merasa senang dan tidak akan melupakan produk PT. Misumatama Adi Mulia cabang Palembang tersebut dan pada suatu saat para konsumen tersebut akan membeli kembali produknya. Hadiah yang dapat diberikan perusahaan dapat berupa pulpen, gantungan kunci, payung, topi, dan lain sebagainya.