

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dari penyusunan skripsi, dalam bab ini akan dikemukakan kesimpulan dan saran yang didasarkan pada data dan analisis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

Di dalam bab ini akan ditarik beberapa kesimpulan yang relevan dengan pokok permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan ini dan kemudian akan memberikan saran-saran yang berguna bagi perusahaan sesuai dengan kondisi yang ada pada perusahaan ini.

#### A. KESIMPULAN

1. PT. Sentral Banindo Mahkota Palembang adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran ban vulkanisir yang mengolah ban-ban bekas menjadi ban yang siap dipakai kembali.
2. Dalam melaksanakan pemasaran produk-produknya dari tahun 1996 sampai dengan tahun 2000 terlihat bahwa volume penjualan yang terjadi pada PT. Sentral Banindo Mahkota hanya mengalami peningkatan penjualan yang kecil, yang mana apabila hal ini tidak diantisipasi sejak dini maka akan berdampak negatif bagi perusahaan.

3. Kurangnya usaha yang mengarah kepada kegiatan untuk meningkatkan penjualan, atau dengan kata lain aktivitas promosi yang dilakukan perusahaan masih jarang sekali dan hanya terbatas pada pemasaran yang dilakukan.
4. Dengan adanya perhitungan korelasi antara biaya promosi dengan volume penjualan maka dapat disimpulkan kegiatan promosi yang dilakukan tidak menunjang peningkatan penjualan ban vulkanisir.

## B. SARAN-SARAN

Agar pemasaran ban vulkanisir dapat berjalan dengan lancar, maka disarankan antara lain sebagai berikut:

1. Sebelum perusahaan melakukan promosi penjualan sebaiknya perusahaan melakukan perencanaan promosi terhadap konsumen dengan memperhatikan kebutuhan, keinginan dan karakteristik calon konsumennya sehingga promosi itu benar – benar memberikan nilai tambah bagi perusahaan.
2. Sebaiknya pihak perusahaan memperhatikan juga cara penyampaian pesan yang dilakukan oleh pemasar atau calon penjual apakah benar – benar telah dijalankan dengan baik. Bila tenaga pemasar melakukan pemasaran dengan baik, maka dapat meningkatkan volume penjualan dan bisa memberikan hasil yang baik di mata perusahaan.

3. Pemilihan media promosi PT. Sentral Banindo Mahkota Palembang yang mengarah pada *personal selling* sebenarnya sudah tepat, namun disarankan agar dapat dibenahi mengenai implementasi, pengelolaan program promosinya seperti pembinaan profesionalisme salesman dengan training atau latihan *salesmanship*.
4. Sebaiknya PT. Sentral Banindo Mahkota menambah media promosi melalui publisitas karena publisitas lebih banyak dipercaya oleh banyak orang.