

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada Bab IV mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan pada PT. Susel Prima Permai. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Peningkatan penjualan PT. Susel Prima Permai dipengaruhi oleh faktor produk.

Melalui strategi pengembangan produk, dari produk yang sudah ada menjadi jenis produk baru, maka PT. Susel Prima Permai dapat meningkatkan volume penjualannya. Untuk membuktikannya maka digunakan analisis korelasi jumlah permintaan produk terhadap penjualan perusahaan. Dari analisis tersebut didapati bahwa korelasi antara kedua variabel sangat erat. Maka dapat disimpulkan peningkatan pada kuantitas produk menyebabkan peningkatan pada penjualan perusahaan. Dengan demikian dari segi jenis produk PT. Susel Prima Permai dapat meningkatkan penjualannya.

2. Peningkatan penjualan PT. Susel Prima Permai dipengaruhi oleh faktor harga.

Tiga strategi penetapan harga yang dipakai PT. Susel Prima Permai yaitu: penetapan harga geografis, penetapan harga potongan dan penetapan harga berdasarkan kurs nilai tukar Rupiah terhadap US Dollar.

Penetapan harga geografis dibagi menjadi dua yaitu penetapan harga FOB dan penetapan harga C&F. Penetapan harga FOB dilakukan dengan membebankan masing-masing pembeli untuk membayar biaya

pengangkutan mulai dari barang berada di atas alat pengangkutan sampai barang tersebut tiba ditempat tujuan sedangkan penetapan harga C&F yaitu penetapan harga dimana satuan harga yang ditawarkan didalamnya sudah termasuk biaya-biaya dan ongkos angkut.

Penetapan harga potongan, penetapan harga potongan ini diberikan kepada konsumen tertentu. Bagi konsumen industri yang memesan dalam jumlah yang besar akan diberikan potongan harga hingga 20% sedangkan konsumen industri yang memesan dalam jumlah yang sedikit tidak mendapat potongan harga.

Penetapan harga berdasarkan kurs nilai tukar Rupiah terhadap US Dollar. Penetapan harga ini dipengaruhi oleh faktor kondisi ekonomi yang sedang terjadi. Yaitu jika nilai tukar Rupiah terhadap US Dollar melemah, maka penetapan harga akan tinggi dan jika kurs nilai tukar menguat, maka penetapan harga akan rendah. Dengan demikian secara tidak langsung faktor kondisi ekonomi dapat mempengaruhi penjualan perusahaan. Ini telah dibuktikan dengan analisis korelasi antara kurs nilai tukar terhadap penjualan perusahaan dan hasilnya, kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang erat. Jadi jika kurs tinggi maka penjualan akan ikut tinggi, dan jika kurs rendah maka penjualan akan turun.

3. Peningkatan penjualan PT. Susel Prima Permai dipengaruhi oleh faktor promosi penjualan.

Promosi penjualan yang dijalankan oleh PT. Susel Prima Permai yaitu: promosi penjualan melalui pemberian sampel dan melalui pengembalian produk.

Promosi penjualan melalui pemberian sampel yaitu perusahaan memberikan sampel produk baru yang belum digunakan oleh konsumen. Pemberian sampel ini bertujuan agar merangsang konsumen industri yang telah mencoba produk sampel tersebut, sehingga selanjutnya mau melakukan pembelian produk tersebut.

Promosi penjualan melalui pengembalian produk terbagi menjadi 2 kondisi:

1. produk yang dibeli tidak dapat digunakan dalam proses produksi, maka perusahaan menarik kembali semua produk tersebut ke pabrik.
2. produk yang dibeli rusak/ afkir, maka perusahaan akan mengganti produk yang rusak dengan produk dalam kondisi baik.

Promosi penjualan yang dilakukan perusahaan telah terbukti dapat meningkatkan penjualan dan laba perusahaan. Ini dibuktikan dengan analisis korelasi antara biaya promosi penjualan terhadap penjualan dan biaya promosi penjualan terhadap laba perusahaan. Angka yang dihasilkan menunjukkan hubungan yang erat diantara variabel-variabel tersebut.

5.2. Saran-saran

Adapun saran-saran yang diberikan penulis mengenai upaya mempertahankan tingkat penjualan perusahaan yaitu:

1. Produk

Hendaknya jenis produk perusahaan dapat dikembangkan lebih banyak dan disamping itu juga kualitas produk harus ditingkatkan.

2. Dari segi harga

Untuk strategi harga perusahaan hendaknya tetap berada pada strategi harga pada saat ini.

3. Dari segi promosi penjualan

Hendaknya bagi konsumen industri lama/ langganan lama diberikan potongan harga yang khusus untuk pembelian jenis produk apa pun yang belum pernah dipakainya. Dengan cara ini diharapkan mereka tidak enggan untuk melakukan pemesanan jenis produk yang belum pernah dicobanya.