

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis yang penulis lakukan pada bab empat dan didukung oleh pernyataan-pernyataan dari pimpinan perusahaan serta hasil kuisisioner yang penulis lakukan pada konsumen dan pengecer produk TOSHIBA yang ada didaerah Bengkulu maka penulis menarik beberapa kesimpulan yaitu

1. Dalam identifikasi mengenai SWOT bahwa yang menjadi
 - a. Kekuatan PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang dalam memasarkan produk TOSHIBA kedaerah Bengkulu adalah kualitas produk TOSHIBA yang terjamin mutunya dan ditunjang dengan image konsumen yang sangat baik terhadap produk TOSHIBA. Hal ini dapat menjadi kekuatan bagi produk TOSHIBA untuk bersaing dengan produk lain yang sejenis. Konsumen sudah mengetahui dengan jelas mengenai kualitas dan keunggulan produk TOSHIBA.
 - b. Kelemahan PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang dalam memasarkan produk TOSHIBA kedaerah Bengkulu adalah proses pendistribusian produk TOSHIBA kedaerah Bengkulu yang terhambat sehingga para pengecer sedikit mengalami kesulitan untuk mendapatkan produk TOSHIBA dalam waktu yang cepat. Para konsumen produk TOSHIBA harus menunggu beberapa hari untuk

mendapatkan produk TOSHIBA yang mereka beli karena pengecer tidak mempunyai stock barang TOSHIBA yang banyak.

- c. Peluang PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang dalam memasarkan produk TOSHIBA kedaerah Bengkulu adalah bahwa pesaing produk TOSHIBA bukan produk yang mempunyai merek yang terkenal. Produk pesaing TOSHIBA ini belum banyak dikenal oleh konsumen barang elektronik sehingga hal ini dapat menjadi peluang bagi produk TOSHIBA karena konsumen sudah banyak yang mengenal produk TOSHIBA.
 - d. Ancaman PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang dalam memasarkan produk TOSHIBA kedaerah Bengkulu adalah munculnya produk TOSHIBA baru yang harganya jauh lebih murah daripada produk TOSHIBA asli. Walaupun produk TOSHIBA ini tidak memberikan garansi pabrik namun pengecer memberikan garansi toko. Hal ini dapat menjadi ancaman bagi produk TOSHIBA karena harga jual produk ini jauh lebih murah dibandingkan dengan produk TOSHIBA asli.
2. Faktor utama penyebab penurunan produk TOSHIBA didaerah bengkulu adalah
- Faktor harga yang dapat menjadi kendala dalam penjualan produk TOSHIBA. Harga produk TOSHIBA yang lebih mahal dibandingkan produk lain menyebabkan konsumen lebih memilih produk lain yang mempunyai harga lebih rendah dibandingkan dengan produk TOSHIBA

asli. Dalam pengambilan keputusan pembelian atas sebuah produk, faktor harga dapat menjadi kendala besar bagi konsumen.

3. Dalam memasarkan produk TOSHIBA kedaerah Bengkulu, strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang masih kurang tepat. Masih perlu perbaikan dalam hal proses saluran distribusi produk ke para pengecer yang ada didaerah Bengkulu. PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang harus dapat melakukan perbaikan dalam hal pengiriman produk ke Bengkulu.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari analisis SWOT yang penulis lakukan, penulis hendak meberikan sedikit saran untuk PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang dalam memasarkan produk TOSHIBA kedaerah Bengkulu yaitu

1. Perbaikan dalam hal pendistribusian produk TOSHIBA kedaerah Bengkulu. Hal ini perlu dilakukan karena para pengecer tidak mempunyai stock barang yang banyak atas produk TOSHIBA. Sehingga apabila konsumen ingin membeli produk TOSHIBA, konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama untuk mendapatkan produk TOSHIBA. Apabila konsumen membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan produk TOSHIBA maka konsumen akan lebih memilih produk lain yang dapat dengan mudah konsumen dapatkan tanpa harus menunggu waktu yang lama.

2. Adanya penghapusan pemberian diskon bagi pengecer. Para pengecer cukup diberikan brand bonus setiap tahun. Pemberian diskon sebaiknya untuk konsumen saja. Hal ini bertujuan untuk mengurangi harga jual produk TOSHIBA yang cukup mahal dibandingkan dengan produk lain. Sehingga harga produk TOSHIBA dapat ditekan serendah mungkin. Hal ini dilakukan untuk menarik konsumen untuk kembali membeli produk TOSHIBA sehingga volume penjualan produk TOSHIBA di daerah Bengkulu dapat kembali meningkat.
3. Memperbanyak tenaga teknisi dalam hal perbaikan produk TOSHIBA. Hal ini perlu dilakukan agar konsumen tidak terlalu lama menunggu, apabila konsumen ingin menyervis produk TOSHIBA yang rusak.