BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini akan ditarik beberapa kesimpulan dan kemudian memberikan saran-saran berdasarkan hasil analisis yang ada.

Adapun kesimpulan dan saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Perkembangan volume penjualan cat merek Glotex di PD. Lentera selama periode tahun 1992 sampai dengan tahun 1999 rata-rata setiapjenis produk mengalami kenaikan penjualan namun dalam penentuan target mengalami penurunan (lihat bab III. tabel 3.2). Perkembangan harga jual dari berbagai jenis cat merek Glotex di PD. Lentera selama delapan tahun terakhir ini tidak mengalami perubahan (lihat bab III tabel 3.3).
2. Promosi perdagangan (Trade Promotion)

   Kegiatan promosi perdagangan dilakukan dengan cara menawarkan suatu program yang ditujukan agar perantara yang ditunjuk perusahaan dapat mencapai target penjualan tertentu dengan cara memberikan potongan harga dari total pembayaran (discount payment) serta pemberian hadiah bagi para perantara yang dapat mencapai tingkat penjualan tertinggi dari semua perantara yang memesan produk PD. Lentera.



3. Hambatan-hambatan yang dihadapi PD. Lentera dalam melaksanakan kegiatan promosi adalah persaingan, keterlambatan dalam pembayaran oleh para perantara dan kurangnya tenaga kerja yang terampil di bidang wiraniaga.

B. Saran-Saran

Adapun saran yang dapat ditampilkan sebagai masukan yang mungkin dapat dipertimbangkan guna mengetahui masalah yang timbul adalah:

1. Meningkatkan kegiatan periklanan, publisitas, personal selling dan promosi penjualan, baik itu melalui media cetak, media elektronik, atau media lainnya secara kontinue dan berkala.
2. Agar promosi dapat memberikan manfaat dan menguntungkan perusahaan, perusahaan harus dapat melakukan perencanaan promosi terlebih dahulu, dengan mengadakan penelitian baik terhadap konsumen atau media yang digunakan.
3. Untuk berhasilnya pelaksanaan promosi penjualan, hendaknya perusahaan tetap mempertahankan orientasinya kepada program promosi penjualan yang ditujukan kepada konsumen.
4. Perusahaan perlu lebih memotivasi para perantaranya, karena perantara itu tidak hanya memasarkan produk dari satu perusahaan saja.
5. Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan para tenaga penjual dalam pemberian imbalan dan fasilitas yang cukup guna merangsang agar mereka lebih giat lagi dalam memasarkan produk perusahaan, sehingga mereka dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.