

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Cipaganti Travel belum mengolompokkan biaya pemasaran ke dalam fungsi-fungsi pemasaran sehingga tidak dapat diketahui berapa besar biaya pemasaran yang dikeluarkan disetiap fungsi
2. Semakin tinggi biaya pemasaran tidak menjamin laba operasi sebelum biaya administrasi semakin tinggi ada faktor lain yang mendukung, yaitu faktor situasi. Misalnya: libur panjang, puasa, lebaran, dll.
3. Biaya pemasaran sudah berperan secara efektif dan efisien. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya laba perusahaan dari bulan Oktober hingga bulan Desember secara berkelanjutan.
4. Laba Cipaganti Travel dari bulan Oktober sampai Desember meningkat terus, khususnya di bulan Desember yang mencapai laba tertinggi. Hal ini disebabkan bulan Desember merupakan bulan liburan terpanjang sepanjang tahun, karena itulah para pekerja kantoran, mahasiswa, pelanggan dari luar kotapun akan banyak memakai jasa travel untuk berlibur ataupun pulang kampung.

Analisis biaya pemasaran memiliki peranan yang penting bagi perusahaan dalam usaha mengarahkan kegiatan pemasarannya dan pada akhirnya dapat memberikan kontribusi pada perusahaan dalam usaha meningkatkan laba.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, penulis memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Sebaiknya Cipaganti Travel melakukan penggolongan biaya pemasaran menurut fungsinya, agar dapat menganalisis secara tepat semua biaya pemasaran yang akan dikeluarkan
2. Untuk meningkatkan peran biaya pemasaran dalam meningkatkan laba, perusahaan sebaiknya melakukan analisis biaya pemasaran menurut situasi yang ada, misalnya: pada bulan Februari memberikan promo untuk setiap pelanggan yang melakukan perjalanan bersama pasangannya, yaitu diberi harga khusus.
3. Analisis biaya pemasaran seharusnya digunakan untuk alat bantu bagi pihak manajemen perusahaan untuk mengarahkan kegiatan penjualan dan pemasaran perusahaan ke arah yang lebih bermanfaat bagi usaha peningkatan laba perusahaan secara efektif dan efisien.