

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian lapangan dan menganalisa kegiatan pemasaran yang dilakukan PT. Perdana Adhi Lestari maka dapat disimpulkan bahwa pasar yang dilayani oleh PT. Perdana Adhi Lestari terbagi menjadi tiga bagian, yaitu pasar modern, pasar tradisional, dan horeka. Pembagian ini disesuaikan dengan produk yang cocok untuk pasar yang dilayani tersebut. Variabel yang digunakan perusahaan adalah segmentasi perilaku. Segmentasi ini membagi pembeli menjadi kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, kegunaan, tanggapan terhadap suatu produk (kotler, 2003). Indikator yang digunakan perusahaan adalah status loyalitas. Perusahaan membagi segmen berdasarkan tingkat loyalitas dari pengguna.

Pelaksanaan *marketing mix business to business* yang dilakukan oleh perusahaan telah berjalan dengan baik. PT. Perdana Adhi Lestari bergerak di bidang distribusi maka barang sudah disediakan oleh *principal*. Barang yang disalurkan berupa barang *convenience goods*. Sedangkan perusahaan menawarkan produk berupa jasa. Penetapan harga dilakukan oleh *principal* dengan kebijakan potongan harga yang termasuk ke dalam kategori *sales promotion*.

. Perusahaan hanya menentukan sistem pembayaran yang harus dilakukan outlet, disinilah perusahaan harus menciptakan diferensiasi sistem untuk menyaingi distributor yang lainnya. Untuk menyalurkan barang perusahaan sudah memiliki prosedur yang tetap. Kendala dalam proses penyaluran barang adalah wilayah yang luas. Hal ini diatasi perusahaan dengan menyediakan depo untuk memudahkan

jangkauan distribusi yang jauh. Perusahaan juga memiliki transportasi yang memadai untuk menjangkau wilayah yang luas.

Strategi *place* yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan distribusi selektif. Distribusi selektif adalah merupakan suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan menggunakan sejumlah pedagang besar atau pengecer yang terbatas dalam daerah geografis tertentu. Perusahaan berusaha memilih penyalur yang betul-betul baik dan mampu melaksanakan fungsinya.

Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan berupa *sales promotion*. Perusahaan memiliki kurang lebih 50 *salesman* yang bertugas untuk mempromosikan produk dan juga menawarkan produk. *Salesman* diberikan komisi lebih jika mereka berhasil mencapai target per bulan. Untuk menjaga loyalitas konsumen maka perusahaan melakukan kunjungan rutin untuk membantu konsumen melakukan penataan barang di rak display dan memeriksa tanggal kadaluarsa barang. Perusahaan juga melakukan *gathering* berkala untuk pelanggan besar.

Hasil penjualan PT. Perdana Adhi Lestari selalu mencapai target setiap tahunnya. Peneliti mengambil data penjualan perusahaan selama tiga tahun terakhir dan penjualannya melebihi target yang ditentukan. Dengan demikian berarti perusahaan telah berhasil dalam melaksanakan program *marketing mix business to business* hanya perlunya pengembangan selanjutnya untuk mengikuti jaman yang ada.

5.2 Implikasi Manajerial

Sejauh ini pelaksanaan *marketing mix business to business* yang dilakukan PT. Perdana Adhi Lestari telah berjalan dengan baik. Dapat dilihat setiap tahunnya

perusahaan berhasil mencapai target yang telah ditentukan. Tetapi peneliti mempunyai saran untuk perusahaan agar perusahaan memiliki cara komunikasi pemasaran yang lain agar kinerja perusahaan dapat lebih ditingkatkan. Perusahaan bisa menambahkan cara komunikasi pemasaran dengan *public relation dan publicity*. Perusahaan dapat melakukan dengan mengadakan acara bersama anak yatim piatu untuk menunjukkan perusahaan memiliki tanggung jawab sosial.

Untuk memudahkan konsumen yang dijangkau oleh perusahaan maka ke depan perusahaan disarankan untuk menciptakan pemesanan sistem online. Dengan sistem *online* maka perusahaan akan lebih mudah untuk mengetahui pesanan pelanggan. Dengan cara seperti ini juga perusahaan dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran yang Akan Datang

Keterbatasan penelitian ini adalah :

1. Pengamatan pada subyek hanya dilakukan satu kali diibaratkan potret. Sehingga tidak dapat diketahui perubahan-perubahan dengan berjalannya waktu.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di satu wilayah Bandar Lampung dan fokus pada satu perusahaan, sehingga kurang mampu mengeneralisasi praktik-praktik di perusahaan yang lain.
3. Kualitas penilaian tergantung peneliti, sehingga subjektifitas tinggi.

Saran untuk penelitian yang akan datang :

1. Peneliti selanjutnya dapat meneruskan penelitian ini dengan meneliti lebih lanjut kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini.

2. Penelitian yang akan datang sebaiknya dilakukan di perusahaan yang lain juga sehingga ruang lingkup penelitian lebih luas.
3. Penelitian yang akan datang bisa menggunakan penggabungan antara dua metode penelitian sehingga hasil subjektifitas lebih rendah.