

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Penerapan biaya Promosi dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.

Dari hasil perhitungan penelitian diperoleh perhitungan statistik yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara biaya promosi dan volume penjualan produk PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY, TBK. Hal ini ditunjukkan dengan nilai r sebesar 0.902 dan perhitungan uji signifikan dengan tingkat $\alpha = 5\%$ menghasilkan t hitung (3.62) $>$ t tabel (2.35). Ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara biaya promosi yang dikeluarkan oleh PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY, TBK. terhadap peningkatan volume penjualan. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, maka diperoleh angka 81.36% Hal ini berarti pengeluaran biaya promosi mempengaruhi volume penjualan sebesar 81.36%, sisanya yaitu sebesar 18.64% dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk. adalah:

a. Aktivitas Advertising

Advertising yang telah dilakukan oleh PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk adalah melalui :

1. Televisi : RCTI, SCTV, ANTV, TRANS TV, TRANS 7, TPI
2. Majalah : Sehat, Femina, Bobo, Nova, Genie.

b. Sales Promotion

Aktivitas promosi penjualan yang dilakukan perusahaan digunakan untuk mendorong pembelian oleh konsumen dan juga mendorong konsumen untuk melakukan percobaan merk. Berikut program promosi penjualan yang dilakukan PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk:

1. Alat-Alat Promosi Konsumen :
 - Sampel (Contoh gratis) : Perusahaan memberikan contoh gratis terhadap suatu produk tertentu untuk dicoba oleh konsumen. Biasanya pemberian sampel ini diberikan oleh perusahaan terhadap produk-produk barunya. Pemberian sampel ini mendorong konsumen untuk mencoba produk baru.
 - Hadiah : Pemberian hadiah kepada konsumen dilakukan bila membeli produk perusahaan. Misalnya seperti pemberian pin, hiasan kulkas, dan sebagainya bagi konsumen yang membeli produk susu Ultra atau Buavita dalam jumlah tertentu.

- Paket Harga. Selain itu, perusahaan juga memberikan potongan harga atau diskon untuk produk susu, teh, dsb untuk pembelian dalam jumlah banyak (karton).
- Pajangan atau demonstrasi di tempat pembelian : Untuk menarik perhatian konsumen, produk biasanya ditata dekat pintu masuk, misalnya minuman ringan yang disusun membentuk piramida di tengah jalan, atau meletakkan produk setinggi pandangan mata. Perusahaan mendisplay produknya pada rak display di pertokoan eceran seperti hypermarket, toserba, supermarket, minimarket, dan sebagainya. Biasanya minuman kemasan didisplay pada bagian khusus minuman. Produk susu biasanya didisplay pada bagian khusus susu. Produk-produk PT. Ultrajaya biasanya diletakan di bagian tengah rak.

2. Alat-Alat Promosi Perdagangan :

- Tunjangan : PT. Ultrajaya membayar sejumlah imbalan tertentu kepada pengecer untuk mengiklankan dan memajang produknya pada tempat yang strategis di toko.
- Barang Gratis : PT. Ultrajaya memberi tambahan barang kepada perantara yang membeli produk dalam jumlah tertentu

3. Alat-Alat Promosi Bisnis dan Wiraniaga

- Pameran Dagang : Perusahaan pernah membuka stand di mall-mall, mendirikan gerai (*stand*) serta pajangan menarik untuk mendemonstrasikan produk Ultrajaya.

- Iklan Khusus : PT Ultrajaya seringkali memberikan bolpen, kalender, dan memo bertuliskan nama, alamat, dan produk perusahaan.

c. Public Relation

Aktivitas public relation yang dilakukan perusahaan adalah dengan membina hubungan baik dan berusaha untuk tidak mengecewakan pelanggannya. program Public Relation tersebut antara lain

- Publikasi Produk : PT Ultrajaya Ultra mensponsori sebuah acara yang ditayangkan di salah satu TV swasta, yaitu kuis Bintang Putra Ultra
- Kegiatan Pelayanan-Masyarakat : Program sumbangan Ultra terhadap pemberian susu gratis ke-berbagai sekolah-sekolah. Sumbangan lain juga dilakukan PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk yaitu membangun saluran air bersih ke seribu warga sekeliling pabrik dan program beasiswa untuk anak-anak kurang mampu di perkampungan sekitar pabrik telah dilakukan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan ,maka penulis dapat mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan serta pertimbangan bagi PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk dalam meningkatkan volume penjualan. Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

- a. Anggaran untuk biaya promosi setiap tahunnya harus diperbesar karena sangat berhubungan dengan kenaikan volume penjualan.
- b. Penulis menyarankan agar perusahaan tidak hanya memberikan susu gratis dan program beasiswa hanya pada terfokus pada tempat tertentu, namun juga harus di tempat lain dimana produk perusahaan didistribusikan.