

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pemeriksaan atas pelaksanaan strategi bauran pemasaran dalam upaya mempengaruhi minat beli pelanggan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan perusahaan untuk produk cat kayu dan besi Brillo yaitu :

a. Strategi produk

- Satuan ukuran yang digunakan adalah kg dan pail. Produk dikemas menggunakan kemasan luar berupa kaleng
- Keunggulan produk ini adalah lebih mengkilap
- Pilihan warna bervariasi dan berbeda dengan pesaing
- Jaminan yang diberikan perusahaan berupa :
 - Penukaran produk jika kemasan produk rusak atau produk cacat
 - Penukaran warna
- Pelayanan yang diberikan perusahaan berupa :
 - Penanganan keluhan yang cepat tanggap
 - Pengiriman produk yang cepat (satu hari setelah pesanan diterima)
 - Kunjungan rutin dari salesman (seminggu dua kali)
 - Memberikan bingkisan untuk pelanggan yang menempuh hidup baru, kelahiran anak, atau ulang tahun

b. Strategi harga

- Harga jual lebih murah dibandingkan produk pesaing
- Harga jual ditetapkan berdasarkan biaya- biaya yang terjadi, pangsa pasar yang dimiliki perusahaan, serta target keuntungan yang ingin dicapai perusahaan. Selain itu juga dipengaruhi oleh factor kenaikan nilai dollar.
- Perusahaan tidak menentukan besarnya harga jual pada konsumen tetapi hanya menyarankan saja
- Syarat penjualan yang diberikan adalah 5 / 21, n / 60

- Besarnya quantity discount sebesar 2 – 5%
- c. Strategi distribusi
- Perusahaan menggunakan saluran distribusi satu tingkat
 - Perusahaan menggunakan strategi distribusi intensif dimana perusahaan berusaha menempatkan produknya di sebanyak mungkin toko besi
 - Ketentuan pengiriman barang yaitu satu hari setelah pesanan diterima oleh cabang dan biaya pengiriman ditanggung oleh perusahaan
 - Alat angkutan yang digunakan adalah mobil engkle dan double
- d. Strategi promosi
- Perusahaan menggunakan strategi dorong (push strategy). Artinya, kegiatan promosi perusahaan diarahkan terhadap pelanggan dengan tujuan mendorong pelanggan memesan dan menjual kembali produk serta mempromosikannya pada pemakai akhir.
 - Promosi yang dilaksanakan perusahaan dalam bentuk *advertising, sales promotion, personal selling*.
 - *Advertising* melalui outdoor advertising (pemasangan papan nama toko pelanggan dan juga spanduk); *speciality advertising* (pembagian kalender setiap bulan November).
 - *Sales promotion* melalui pemberian barang elektronik jika memesan dalam jumlah tertentu, dan juga pembagian hadiah / gift berupa *notes book, paying, bolpen*.
 - *Personal selling* menggunakan tenaga penjual salesman yang sudah terlatih
2. Pelaksanaan strategi bauran pemasaran secara keseluruhan sudah efektif dalam mempengaruhi minat beli pelanggan. Hal ini terlihat dari :
- a. Hasil analisa hubungan antara strategi bauran pemasaran dengan minat beli pelanggan, diketahui bahwa :
- Menurut korelasi Rank Spearman, terdapat korelasi positif antara pelaksanaan strategi bauran pemasaran yang berhasil dengan meningkatnya minat beli pelanggan yaitu sebesar 0,76425

- Berdasarkan uji signifikansi t diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti bahwa semakin berhasil pelaksanaan strategi bauran pemasaran, semakin tinggi minat pelanggan untuk membeli produk cat kayu dan besi Brillo.
 - Nilai koefisien determinan sebesar 58,27% berarti bahwa pengaruh pelaksanaan strategi bauran pemasaran terhadap minat beli pelanggan sebesar 58,27% sedangkan sisanya sebesar 41,73% merupakan pengaruh dari factor lainnya.
- b. Hasil dari analisa pelaksanaan strategi bauran pemasaran perusahaan berdasarkan hasil jawaban responden, diketahui bahwa pelaksanaan strategi bauran pemasaran secara keseluruhan dapat disimpulkan berhasil. Namun ada beberapa pelaksanaan strategi bauran pemasaran yang kurang berhasil dan bahkan tidak berhasil yaitu :
- ❖ Kegiatan promosi melalui pembagian hadiah / gift ; tidak berhasil
 - ❖ Kegiatan distribusi melalui kecepatan pengiriman barang ; kurang berhasil
 - ❖ Kegiatan distribusi melalui ketepatan pengiriman barang ; kurang berhasil
- c. Hasil dari analisa peranan pelaksanaan strategi bauran pemasaran dalam upaya mempengaruhi minat beli pelanggan, diketahui bahwa kegiatan promosi berupa pemberian hadiah barang elektronik yang paling berperan mempengaruhi minat beli pelanggan untuk membeli produk.

5.2. SARAN

Penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan pelaksanaan strategi bauran pemasarannya sehingga minat beli pelanggan semakin meningkat. Adapun saran- saran tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Hadiah / gift didesain semenarik mungkin dan seunik mungkin
- b. Hadiah / gift yang dibagikan bervariasi jenisnya dan diatur periode pembagiannya sehingga tidak bosan.
- c. Diawasi jumlah persediaannya sehingga ketika mencapai titik pemesanan kembali (*reorder point*) dilakukan konfirmasi pada kantor pusat untuk mengirim barang lagi.
- d. Kegiatan produksi ditinjau ulang khususnya untuk produk- produk yang sering dipesan pelanggan agar tidak sering terjadi kekosongan barang.

- e. Mengawasi karyawan yang sedang menyiapkan barang untuk dikirim. Hal ini dilakukan oleh kepala bagian yang bertanggung jawab atas hal ini.
- f. Mempertahankan kualitas produk dan juga kestabilan harga karena mengingat produk bukan kebutuhan pokok sehingga kualitas dan harga produk sangat sensitif
- g. Melakukan pengiklanan melalui media elektronik
- h. Membuat situs di internet untuk memudahkan pelanggan memesan produk.
- i. Dilakukan evaluasi secara periodik untuk setiap pelaksanaan strategi bauran pemasaran yang telah dilakukan.