

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang penulis lakukan, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari perhitungan analisa regresi maka diperoleh persamaan $Y = 34,6 + 3,4 X$ yang artinya bila logistik pemasaran tidak dilakukan ($X = 0$) maka volume penjualan akan mencapai Rp. 34.600.000.000 dan bila logistik pemasaran dilakukan dengan kenaikan $X = 1$ atau setara dengan 1.000.000.000 maka volume penjualan akan meningkat menjadi Rp. 38.000.000.000. Berdasarkan perhitungan analisa korelasi diketahui $r = 0,97$ atau mendekati satu, hal ini menunjukkan bahwa antara logistik pemasaran dengan besarnya peningkatan volume penjualan mempunyai hubungan yang kuat dan searah yang artinya bahwa peningkatan atau penurunan biaya logistik pemasaran diikuti oleh kenaikan dan atau penurunan volume penjualan. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, untuk mengetahui kontribusi logistik pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan maka dengan analisa koefisien determinasi dari perhitungan diatas diperoleh nilai sebesar 94 % yang berarti bahwa kontribusi logistik pemasaran terhadap volume penjualan sebesar 94 % sedangkan sisanya 6 % merupakan hasil yang dipengaruhi oleh faktor – faktor lainnya.
2. Masalah – masalah yang dihadapi perusahaan dalam melaksanakan strateginya atau dalam menjalankan perusahaan adalah kondisi ekonomi dan politik di Indonesia yang tidak stabil ditambah kerusuhan membuat perusahaan mengalami

kesulitan memperoleh bahan baku yang diimpor dari luar negeri dan harganya tinggi.

3. Perusahaan harus dapat menyalurkan produknya ke tangan pelanggan dengan produk yang tepat, pada waktu yang tepat, ke tempat yang tepat, dengan kualitas dan jumlah yang tepat, dengan kondisi produk yang tepat serta harga yang tepat pula.
4. Masalah dalam *order processing* yang terjadi dikarenakan kesalahan dalam mencatat pesanan pelanggan, dan kesalahan komunikasi antar *internal customer* dalam perusahaan.
5. Masalah dalam procurement adalah *supplier* yang tidak tepat waktu dalam pengiriman bahan baku dan bahan yang dikirimkan supplier tidak sesuai dengan pesanan perusahaan.
6. Masalah dalam material handling adalah *internal transportation* dalam perusahaan yang tidak baik, sehingga pekerja menjatuhkan potongan kain dan membuat kain tersebut menjadi kotor.
7. Masalah dalam *warehousing* adalah tidak efisien penggunaan empat tempat penyimpanan bahan baku dan bahan pembantu di perusahaan, yang membuat pekerja lama dalam pengambilan barang dari gudang atau tempat penyimpanan.
8. Masalah *transportation* dalam perusahaan disebabkan perusahaan tidak mempunyai sarana transportasi sendiri, membuat keterbatasan perusahaan dalam penjadwalan pengiriman.
9. Logistik pemasaran merupakan kebijakan yang penting dalam mengatasi masalah ketidaklancaran penjualan produk *fashion goods* yang dihadapi perusahaan.

5.2. Saran

Sehubungan dengan uraian diatas penulis mencoba memberikan saran – saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan baik untuk masa sekarang dan untuk masa yang akan datang

1. Dalam masalah mengatasi *order processing*, perusahaan sebaiknya lebih teliti dalam pencatatan pesanan dari konsumen dan dalam hal penugasan produksi untuk memenuhi pesanaan tersebut.
2. Dalam mengatasi masalah *procurement*, perusahaan sebaiknya mengevaluasi kembali pemasok-pemasok yang ada, memilih pemasok yang terbaik, dan menjalin kerja sama dalam jangka panjang.
3. Dalam mengatasi masalah *material handling*, perusahaan sebaiknya dalam transportasi internal menggunakan *two-wheeled hand trucks*, agar memperkecil kemungkinan pekerja menjatuhkan potongan kain.
4. Dalam mengatasi masalah *warehousing*, perusahaan sebaiknya melakukan penataan ulang terhadap keempat tempat penyimpanan barang, agar para pekerja lebih mudah dan cepat dalam pengambilan bahan baku dan bahan pembantu.
5. Dalam mengatasi masalah *transportation*, perusahaan sebaiknya memperhatikan kecepatan, frekuensi, kredibiliti perusahaan angkutan, *availability*, *capability*, dan biaya dalam pengambilan keputusan sarana transportasi yang akan digunakan.
6. Perusahaan sebaiknya memandang kebijakan dari logistik pemasaran berperan penting dalam mendukung kelancaran penjualan perusahaan.