

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh melalui pengumpulan data terhadap tenaga pemasaran perusahaan *chemical* PT 'X' di kota Bandung yang berjumlah 21 orang, maka dapat ditarik kesimpulan :

- Sebagian besar tenaga pemasaran (57,2%) di perusahaan *chemical* PT 'X' Bandung memiliki motivasi kerja yang lemah, sebagian lagi (42,8%) memiliki motivasi kerja yang kuat.
- Tenaga pemasaran yang memiliki motivasi kerja yang lemah memiliki aspek-aspek motivasi yang lemah pula yaitu pada aspek *expectancy* (57,2%) dan *instrumentality* (57,2%), namun memiliki aspek *valence* yang kuat (38,1).
- Motivasi kerja tenaga pemasaran dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain faktor eksternal (karakteristik pekerjaan dan karakteristik lingkungan pekerjaan) dan internal (karakteristik kepribadian).
- Tenaga pemasaran yang memiliki motivasi kerja yang kuat (42,8%) memiliki aspek *valence* dan *instrumentality* yang kuat, namun aspek *expectancy* nya (38,1%) lemah.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, banyak ditemukan kekurangan dan keterbatasan. Maka peneliti mengajukan beberapa saran, yaitu:

5.2.1. Saran Praktis

- Bagi perusahaan *chemical* PT 'X' perlu memberikan training AMT (*Achievment Motivational Traning*) untuk meningkatkan motivasi tenaga pemasaran.
- Bagi perusahaan *chemical* PT 'X' perlu memberikan training yang lebih mendalam mengenai keunggulan-keunggulan produknya serta teknik-teknik pemasaran yang dapat membuat tenaga pemasaran lebih percaya diri dan bersaing untuk meraih pasar.
- Jika memungkinkan Pimpinan perusahaan *chemical* PT 'X' juga perlu memperhatikan dan mengikut sertakan tenaga pemasaran dalam menentukan beberapa kebijakan agar mereka dihargai dan dapat menuangkan ide-ide dan harapan-harapannya.
- Bagi tenaga pemasaran perusahaan *chemical* PT 'X' agar selalu digugah dan dibangkitkan motivasi kerjanya oleh atasan langsung, serta diciptakan suatu suasana kerja yang saling mendukung agar mereka merasa 'kuat'.

5.2.2. Saran Penelitian Lanjutan

- Bila dilakukan penelitian lanjutan mengenai motivasi kerja pada tenaga pemasaran, maka disarankan untuk mengembangkan penelitian ini secara mendalam dengan responden yang lebih banyak atau dengan mengkaitkannya dengan karakteristik individual pada tenaga pemasaran.
- Untuk penelitian lanjutan, dapat meneliti perbandingan motivasi kerja pada tenaga pemasaran dalam dua kelompok, yaitu pria dan wanita karena dalam penelitian ini jumlah responden wanita lebih sedikit dan juga adanya perbedaan karakteristik dari pria dan wanita.