

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan penulis, maka dapat diambil kesimpulan bahwa biaya pemasaran yang terdiri dari biaya pengiriman, biaya pengepakan, biaya promosi, biaya gudang, dan biaya penagihan secara serempak berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada CV. Bintang Permata.

Selain itu dapat juga disimpulkan bahwa jenis biaya pemasaran yang paling berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada CV. Bintang Permata adalah biaya pengiriman. Biaya pengiriman menjadi bagian dari biaya pemasaran yang paling berpengaruh terhadap tingkat penjualan karena CV. Bintang Permata diharapkan untuk mampu menyediakan produk-produk mereka secara tepat waktu sehingga pelanggan-pelanggannya tidak mengalami hambatan dalam proses produksinya.

Biaya pengepakan juga berpengaruh terhadap tingkat penjualan karena melalui pengepakan yang baik, produk-produk CV Bintang Permata yang diterima oleh pelanggan akan tetap dalam kondisi baik. Para pelanggan yang menerima produk-produk CV Bintang Permata akan dapat langsung menggunakannya tanpa perlu melakukan perbaikan atau pemesanan ulang sehingga mereka mau membeli produk-produk CV Bintang Permata yang kualitas produknya terjamin.

Biaya penagihan berpengaruh negatif terhadap tingkat penjualan dimana peningkatan biaya penagihan akan menyebabkan penurunan tingkat penjualan. Hal ini terjadi karena para pelanggan CV Bintang Permata cenderung telah melakukan pembayaran utang mereka kepada CV Bintang Permata secara tepat waktu. Ketika CV. Bintang Permata melakukan penagihan kepada pelanggan-pelanggannya, kegiatan itu justru dapat mengganggu hubungan antara CV Bintang Permata dengan pelanggan-pelanggannya sehingga niat mereka untuk melakukan pembelian pada CV Bintang Permata berkurang.

Sedangkan biaya promosi dan biaya gudang tidak memiliki berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan. Hal ini dapat dijelaskan karena CV Bintang Permata tidak telalu mengandalkan promosi untuk meningkatkan penjualan mereka. Mereka lebih mengandalkan produk serta pelayanan yang baik sehingga pelanggan-pelanggan yang puas diharapkan dapat menceritakan tentang produk-produk CV Bintang Permata kepada perusahaan-perusahaan lain, yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan penulis, maka saran-saran yang dapat disampaikan kepada CV. Bintang Permata adalah sebagai berikut:

CV. Bintang Permata sebaiknya meningkatkan biaya pemasaran khususnya biaya untuk pengiriman produk-produk mereka, serta biaya-biaya untuk pengepakan produk-

produk mereka sebelum dikirim ke pelanggan. Hal ini mengingat CV. Bintang Permata diharapkan mampu menyediakan produk-produk mereka secara tepat waktu serta dalam kondisi baik sehingga pelanggan-pelanggan yang menerima produk-produk CV. Bintang Permata tidak mengalami hambatan dalam proses produksinya akibat suku cadang yang cacat atau tidak tersedia. Dengan ditingkatkannya biaya-biaya untuk pengiriman dan pengepakan produk-produk mereka, maka CV. Bintang Permata dapat meningkatkan penjualan mereka.

Walaupun dengan meningkatnya biaya pengiriman dan biaya pengepakan dapat berakibat pula pada meningkatnya harga jual dari produk-produk CV Bintang Permata, namun proporsi dari biaya-biaya pemasaran dalam harga jual sangat kecil yaitu sebesar 3,68%. Akibat dari kecilnya proporsi tersebut, maka meningkatnya kepuasan pelanggan akibat ditingkatkannya biaya pengiriman dan biaya pengepakan dapat menutupi kerugian pelanggan akibat sedikit peningkatan dari harga jual.

Meskipun demikian CV. Bintang Permata juga harus memperhatikan biaya penagihan mereka. Disarankan bahwa CV. Bintang Permata menekan biaya penagihan mereka karena peningkatan dari biaya penagihan ini akan berdampak pada menurunnya tingkat penjualan CV. Bintang Permata.