

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai peranan bauran promosi untuk meningkatkan penjualan cat yang dilakukan oleh PT X Bandung, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan penjualan produk perusahaan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar promosi penjualan, seperti : pendapatan masyarakat, produk pesaing, harga produk itu sendiri, harga produk pesaing, pengetahuan masyarakat tentang produk, dan lain sebagainya.
2. Periklanan merupakan sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan produk perusahaan.
3. Dalam meningkatkan penjualan produk atau jasanya perusahaan harus melakukan kegiatan lain diluar kegiatan penjualannya. Seperti: kegiatan dana sosial, acara temu pelanggan, kegiatan rekreasi bersama relasi dan rekan kerja, dan lain sebagainya.
4. Pengelolaan aset-aset perusahaan yang baik juga dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa perusahaan seperti: Man (manusia), Machine (mesin), Method (metode), Money (uang), Market (pasar), dan Material (bangunan dan peralatan).

5. Pengadaan program-program promosi penjualan dapat menarik daya beli konsumen. Program-program promosi tersebut dalam bentuk:
 - a) Pemberian undian berhadiah setiap satu tahun sekali dengan hadiah-hadiah menarik: TV, DVD player, mesin cuci, mini compo, uang satu juta rupiah, uang sepuluh juta rupiah, dan sepeda motor honda.
 - b) Pemberian hadiah langsung kepada konsumen yang memiliki daya beli tinggi.
 - c) Pemberian hadiah langsung tertentu disertai dengan ucapan selamat pada hari-hari besar tertentu.
6. Berdasarkan hasil survei hasil penjualan produk PT X dikota Cirebon diketahui bahwa penjualan perusahaan tiap akhir tahun (bulan oktober – desember) selalu lebih besar dari penjualan bulan sebelumnya, hal ini dikarenakan bulan oktober sampai desember mendekati hari besar lebaran dan Natal. Dimana pada bulan-bulan tersebut sebagian besar masyarakat memperbaiki rumah mereka, sehingga berdampak pada meningkatnya penjualan bahan bangunan terutama produk cat.
7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program promosi pemasaran PT X yang ditujukan kepada konsumen terdapat korelasi yang sangat lemah dengan peningkatan penjualan produk PT X, yang artinya kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh PT X belum berjalan efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian diatas penulis memeberikan beberapa saran dan masukan agar program promosi penjualan yang dilakukan perusahaan berpengaruh terhadap hasil penjualan produknya, PT X harus melakukan berbagai hal sebagai berikut:

1. PT X harus lebih berani dalam mempromosikan produk-produk mereka melalui TV, media massa, dan radio.
2. Meningkatkan hubungan dengan konsumen seperti: mengadakan kegiatan makan bersama pelanggan.
3. Meluncurkan produk-produk baru dengan harga yang lebih terjangkau oleh masyarakat.
4. Memperbanyak program undian hadiah sehingga menarik lebih banyak minat beli konsumen.
5. Menginformasikan produk-produk PT X dalam media internet sehingga dapat lebih banyak dikenal oleh masyarakat.
6. Memperbanyak jumlah tenaga pemasaran yang profesional sehingga lebih banyak meningkatkan penjualan produk perusahaan.