

## **BAB V PENUTUP**

### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan di bab 4 mengenai strategi penjualan pada PT. Tiga Laskar Beton selama masa pandemi *covid-19*, maka penulis dapat menarik kesimpulan dan juga saran mengenai PT. Tiga Laskar beton sebagai berikut:

1. PT. Tiga Laskar Beton telah menerapkan strategi penjualan terhadap mutu produk, menetapkan jangkauan harga, melakukan promosi, dan menetapkan lokasi yang sangat strategis. Mutu *ready mix concrete* terbagi atas 3 macam yaitu beton *non-* struktural, beton struktural, dan beton prategang. Mutu tersebut sudah memiliki kegunaan masing-masing serta harga yang terjangkau oleh konsumen. Masalah pengiriman *ready mix concrete*, PT. Tiga Laskar Beton telah memiliki truk *mixer* yang mampu mengantarkan produk secara tepat waktu sesuai dengan keinginan konsumen. Media promosi yang digunakan oleh perusahaan ini berupa memberikan penawaran harga yang menarik, menyebarkan pamflet, dan melakukan penjualan melalui mulut ke mulut.
2. Sebelum diperjual-belikan ke konsumen, *ready mix concrete* selalu dilakukan pengujian kualitas dan metode pengambilan teknik sampel dari campuran bahan agregat halus, agregat kasar, dan semen yang bertujuan untu mengetahui kuat tekan dan mutu *ready mix concrete* yang akan didistribusikan. Pengujian kualitas dan metode pengambilan teknik sampel tersebut dilakukan pada saat cuaca panas, jika cuaca hujan maka pengujian kualitas dan metode pengambilan teknik sampel membutuhkan waktu yang sangat lama.

3. Pengujian kualitas dan metode pengambilan teknik sampel telah selesai dilaksanakan, maka *ready mix concrete* sudah bisa didistribusikan ke konsumen. Proses penjualan yang digunakan ada 2 cara yaitu secara tunai dan kredit. Dokumen yang digunakan dalam proses penjualan ada 4 rangkap, karena rangkap yang asli untuk diberikan kepada konsumen yang membayar secara tunai, rangkap 2 akan diarsipkan ke penjualan, rangkap 3 diarsipkan di gudang, dan rangkap yang terakhir diarsipkan ke adm. Piutang.
4. Dengan adanya strategi penjualan yang telah diterapkan oleh PT. Tiga Laskar Beton, maka peningkatan penjualan sudah mengalami kenaikan dari -53,09% terjadi pada tahun 2020 menjadi 10,66% yang terjadi pada tahun 2021.

## 1.2 Saran

Adapun saran yang akan diberikan penulis kepada PT. Tiga Laskar Beton terhadap strategi penjualan yang telah mereka terapkan, yaitu :

1. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur, maka PT. Tiga Laskar Beton harus bisa mempertahankan kualitas mutu *ready mix concrete* yang telah diuji melalui teknik sampel serta mempertahankan juga penawaran harga yang telah diberikan. Tujuan tersebut dilakukan agar perkembangan terhadap penjualan mengalami kenaikan seperti kenaikan di tahun sebelumnya.
2. Pihak PT. Tiga Laskar Beton diharapkan juga untuk lebih giat melakukan promosi melalui sosial media seperti instagram, facebook, dan lainnya.