

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan :

1. Manajemen pemasaran yang telah dilakukan CV. Timbangan Gantung dimulai dari aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta pengendalian. Pada aspek perencanaan perusahaan telah merencanakan mengenai target volume produksi, target volume penjualan, ukuran kemasan, saluran distribusi yang digunakan, kegiatan promosi serta harga untuk setiap kemasan produk. Pada aspek pengorganisasian CV. Timbangan Gantung memiliki struktur organisasi yang terdiri dari Pimpinan, Kepala Bagian Produksi, Kepala Bagian Pengemasan dan Kepala Bagian Pemasaran beserta bagian administrasi dan karyawan. Setiap jabatan tersebut memiliki tugas yang jelas sehingga waktu yang digunakan lebih efektif karena koordinasi dan pengawasan lebih mudah dilakukan. Pada proses pelaksanaan secara umum rencana yang dibuat di awal telah dilaksanakan bahkan melebihi apa yang telah direncanakan walaupun ada yang belum sesuai. Pada aspek pengendalian dan pengawasan setiap pemegang jabatan telah melaksanakan fungsinya sebagaimana mestinya karena mereka memahami bahwa hal tersebut sangat berperan penting dalam proses produksi kopi bubuk Cap Timbangan Gantung, namun masih kurang maksimal dalam hal promosi.
2. Saluran distribusi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Timbangan Gantung terdiri dari 2 jenis, yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Pada saluran distribusi langsung konsumen bisa membeli langsung ke CV. Timbangan Gantung. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung perusahaan bekerjasama dengan 24 Toko Mitra yang tersebar di 6 daerah pemasaran yaitu Selayo, Pasar Raya Solok, Koto Baru, Muara Panas, Solok Selatan dan Pasaman.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti menyarankan beberapa hal, antara lain:

1. Seperti yang telah dijelaskan, pada aspek pelaksanaan belum tercapainya target volume penjualan disebabkan karena kurangnya pengawasan dan pengendalian promosi yang dilakukan perusahaan, maka saran peneliti adalah agar perusahaan melakukan upaya promosi baik media cetak, media elektronik, media sosial, dll.
2. Jumlah toko mitra yang saat ini bekerja sama dengan CV. Timbangan Gantung sebanyak 24 toko mitra yang tersebar di 6 daerah pemasaran. Jumlah kopi bubuk yang dijual ke toko mitra dengan jumlah yang banyak. Maka saran peneliti agar tidak adanya pihak yang merasa dirugikan ketika proses kerja sama dilakukan, maka sebaiknya CV. Timbangan Gantung menyediakan berupa kontrak tertulis yang disepakati oleh kedua belah pihak.

