

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan dari setiap bab yang telah disampaikan, penulis akan mengambil kesimpulan tentang strategi *marketing mix* yang digunakan oleh PT. Karya Suka Abadi Padang diharapkan dapat menciptakan strategi pemasaran yang tepat dan inovatif serta dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Berikut kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis adalah:

1. PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang dipercaya oleh PT. *Goodyear* Indonesia, Tbk menjadi distributor resmi untuk wilayah Sumatera Barat. Penerapan strategi *marketing mix* yang dilakukan oleh PT. Karya Suka Abadi sudah baik. Dilihat dari PT. Karya Suka Abadi yang menjual produk dengan kualitas terbaik dan memiliki berbagai macam jenis ban *Goodyear* dan Oli Total yang digunakan untuk kendaraan mobil maupun kendaraan bermotor.
2. Penetapan harga yang dilakukan perusahaan sesuai dengan produk mereka yang berkualitas tinggi. PT. Karya Suka Abadi menetapkan harga dengan menambahkan biaya pada harga modal yang diberikan oleh pabrik. PT. Karya Suka Abadi juga memberikan potongan harga pada konsumen yang membeli dalam jumlah banyak.
3. Promosi yang dilakukan PT. Karya Suka Abadi melalui iklan spanduk dan melakukan promosi *advertising* lewat brosur-brosur yang dibagikan pada pelanggan. Mereka memiliki sales-sales hebat dalam mendongkrang penjualan mereka. Setiap minggunya sales-sales tersebut ditugaskan *canvassing* keluar kota untuk melakukan promosi secara langsung kepada pelanggan.

4. PT. Karya Suka Abadi mendistribusikan produknya melalui dua saluran yaitu saluran disrtibusi langsung atau menemui langsung konsumen akhir, dan saluran disrtibusi tidak langsung yaitu dengan melakukan sistem *canvassing* keluar kota padang, seperti Bukittinggi, Pesisir Selatan, Damasraya, Lubuk Basung, dll.
5. Untuk meningkatkan sumber daya manusianya, PT. Karya Suka Abadi memberikan pelatihan terhadap karyawan. Selain itu untuk meningkatkan semangat kerja, sales-sales diberikan target-target tertentu agar meningkatkan penjualan dan bagi sales yang mencapai target yang diberikan maka akan mendapatkan bonus diluar dari gaji pokok.
6. Konsumen bisa melakukan proses jual beli langsung pada konter. PT. Karya Suka Abadi juga menyediakan jasa pemasangan ban langsung dan juga memberikan kesempatan pengembalian barang kepada konsumen jika terjadi kerusakan atau kecacatan pada produk ban *Goodyear*.
7. PT. Karya Suka Abadi menggunakan bentuk bangunan perusahaan yang kokoh dengan memiliki tiga lantai serta halaman yang luas sebagai tempat parkir kendaraan. Gudang persediaan juga memiliki tiga lantai yang tepat berada dibelakang kantor. PT. Karya Suka Abadi juga memiliki faktur tanda terima sebagai bukti administrasi yang akan diberikan kepada konsumen.
8. Kendala pada penerapan *marketing mix* pada PT. Karya Suka Abadi adalah terdapat kecacatan produk, banyaknya pesaing yang menjual ban standar dengan harga yang lebih murah, promosi masih kurang dan belum cukup luas, penyaluran distribusi tidak berkembang dan alat transportasi kurang efisien, kurangnya keterbukaan serta kesejahteraan karwayan, proses pengiriman produk *pre-order* dari pabrik memakan waktu yang cukup lama, kurangnya kenyamanan konsumen terhadap fasilitas.

5.2 Saran

1. PT. Karya Suka Abadi diharapkan lebih memperhatikan kualitas produk dan layanan serta memperhatikan strategi kompetitor dalam persaingan harga. Identifikasi target market perusahaan dan memilih media pemasaran yang tepat seperti *digital marketing* sehingga promosi dapat lebih baik dan jangkauan lebih luas dan saluran distribusi diharapkan dapat dikembangkan pada daerah baru.
2. PT. Karya Suka Abadi diharapkan lebih mempertahankan kinerja dari sales-sales yang dimiliki, karna penulis merasa kinerja dari sales telah memiliki pengalaman dan performa yang bagus dalam melakukan promosi. Perusahaan sebaiknya melakukan evaluasi kerja berkala pada karyawan-karyawan dan memberikan apresiasi yang lebih lagi terhadap sales-sales yang mampu mencapai target yang diberikan kepada mereka.
3. PT. Karya Suka Abadi diharapkan selalu mempunyai tenaga penjual yang berkualitas, promosi yang dilakukan lebih efektif dan efisien, serta proses yang efektif sehingga masyarakat dapat terus menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan kenyamanan dan kualitas produk yang bagus, perusahaan akan mendapatkan konsumen yang loyal.