

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian terakhir dari laporan kerja praktek ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran yang dapat ditarik dari hasil penelitian yang dilakukan di CV. Berlian Utama Motor. Atas dasar kesimpulan tersebut akan diberi beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan dan mengembangkan usahanya.

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya mengenai penerapan kebijakan bauran pemasaran pada CV. Berlian Utama Motor, maka dapat ditarik kesimpulan, seperti:

1. CV. Berlian Utama Motor menggunakan empat variabel dari bauran pemasaran yang meliputi :

##### A. *Product* (Produk)

Dalam memasarkan produk, CV. Berlian Utama Motor akan selalu memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, yaitu mobil bekas yang memiliki kualitas tidak jauh berbeda dengan mobil baru. Dalam hal menjaga kualitas mobil bekas, CV. Berlian Utama Motor

rutin melakukan pengecekan terhadap mesin mobil, interior dan eksterior dari mobil bekas yang akan dijual.

#### B. *Price* (Harga)

Dalam kebijakan harga, CV. Berlian Utama Motor telah menggunakan penetapan harga berdasarkan kepada biaya yang dikeluarkan sampai produk tersebut ditangan konsumen. Aspek-aspek yang diperhatikan dalam penetapan harga tersebut seperti : balik nama, pajak, sewa tempat, service mobil, asuransi dan promosi.

Kebijakan lainnya juga ditetapkan dengan memberikan potongan harga, uang muka yang ringan dan untuk pembelian kredit CV. Berlian Utama Motor sudah bekerjasama dengan leasing, maka dari itu bagi konsumen yang ingin membeli kredit CV. Berlian Utama Motor langsung mengarahkan pembayarannya kepada leasing.

#### C. *Promotion* (Promosi)

Kebijakan promosi yang digunakan CV. Berlian Utama Motor adalah promosi yang bersifat *advertising* seperti radio, surat kabar yang jangkauannya luas mencapai pelosok. Selain itu, CV. Berlian Utama Motor juga menggunakan *personal selling* seperti *salesman* yang tetap sebagai suatu aktivitas promosi pada perusahaan. CV. Berlian Utama Motor service

promotion yaitu mencakup pelayanan perbaikan dan pelayanan, pengadaan suku cadang, serta servis lainnya yang dianggap perlu untuk menunjang penjualan.

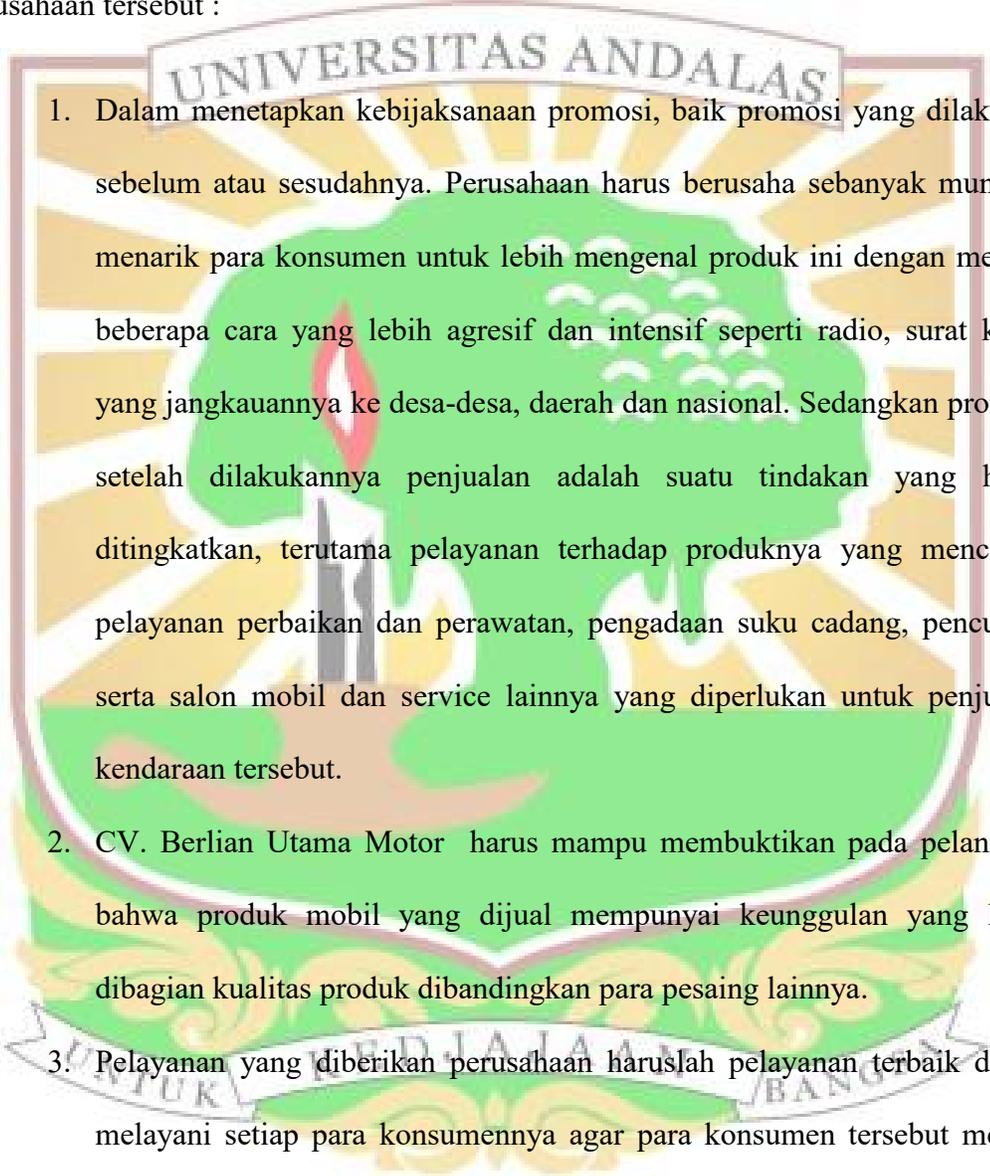
#### D. *Place* (Tempat / Distribusi)

Pada kebijakan distribusi CV. Berlian Utama Motor hanya menggunakan satu pedagang besar atau pengecer, ini merupakan bentuk saluran distribusi tanpa menggunakan perantara, atau biasa disebut distribusi langsung. Atau banyak yang menyebut Door To Door.

1. Kendala yang dialami CV. Berlian Utama Motor dalam penerapan kebijakan bauran pemasaran adalah ketersediaan mobil yang ada di showroom, harga yang masih terlalu tinggi dibanding dengan para pesaing, masih terbatasnya tenaga mekanik yang menyebabkan kurang efektif dalam melakukan hal-hal yang rutin seperti melakukan pengecekan mesin mobil, interior dan eksterior mobil.
2. Solusi atas kendala-kendala yang dihadapi CV. Berlian Utama Motor dalam penerapan bauran pemasaran adalah harus mensurvei langkah-langkah dalam persediaan mobil sehingga memperkecil kemungkinan terjadinya kekosongan mobil, merekrut tenaga karyawan sebagai mekanik guna mempercepat proses service mobil, CV. Berlian Utama Motor harus bisa melihat bagaimana harga-harga mobil dengan jenis yang sama di pasaran agar harga yang akan ditetapkan tidak terlalu tinggi dibanding dengan pesaing.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat ditarik saran yang bermanfaat bagi perusahaan tersebut :

- 
1. Dalam menetapkan kebijaksanaan promosi, baik promosi yang dilakukan sebelum atau sesudahnya. Perusahaan harus berusaha sebanyak mungkin menarik para konsumen untuk lebih mengenal produk ini dengan melalui beberapa cara yang lebih agresif dan intensif seperti radio, surat kabar yang jangkauannya ke desa-desa, daerah dan nasional. Sedangkan promosi setelah dilakukannya penjualan adalah suatu tindakan yang harus ditingkatkan, terutama pelayanan terhadap produknya yang mencakup pelayanan perbaikan dan perawatan, pengadaan suku cadang, pencucian serta salon mobil dan service lainnya yang diperlukan untuk penjualan kendaraan tersebut.
  2. CV. Berlian Utama Motor harus mampu membuktikan pada pelanggan bahwa produk mobil yang dijual mempunyai keunggulan yang lebih dibagian kualitas produk dibandingkan para pesaing lainnya.
  3. Pelayanan yang diberikan perusahaan haruslah pelayanan terbaik dalam melayani setiap para konsumennya agar para konsumen tersebut merasa tertarik dan mengesankan.
  4. Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, hendaknya perusahaan mempertimbangkan dan mensurvei langkah-langkah dalam persediaan

mobil sehingga dapat memperkecil kemungkinan terjadinya kekosongan mobil yang dibutuhkan konsumen serta mobil jenis apa yang sedang banyak diminati oleh para konsumen.

5. Untuk para karyawan, perusahaan juga harus memperhatikan kenyamanan para karyawannya dalam bekerja seperti kelengkapan perlengkapan yang ada di perusahaan agar proses kegiatan yang dilakukan tidak terhambat.

