

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan, maka sebagai penutup dari laporan ini, penulis akan mencoba memberikan suatu kesimpulan terhadap penelitian yang penulis lakukan dan terakhir disertai saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan perusahaan yang bersangkutan.

Struktur dan sistem organisasi yang digunakan CV. Datuak Motor adalah sistem organisasi garis, dimana kekuasaan tertinggi terletak pada pimpinan sekaligus sebagai pemilik.

Produk yang ditawarkan CV. Datuak Motor memiliki produk yang berkualitas ditandai dengan adanya garansi terhadap produk yang di beli oleh konsumen, suku cadang asli, ini merupakan perwujudan tanggung jawab perusahaan kepada konsumen atau pelanggan dengan diharapkan mereka dapat merasa terjamin mengenai peralatan maupun perbaikan kendaraan.

Berdasarkan aktivitas harga, CV. Datuak Motor telah menggunakan penetapan harga berdasarkan *mark up pricing* yaitu kepada biaya yang dikeluarkan sampai produk tersebut ditangan konsumen. Aspek-aspek yang diperhatikan dalam penetapan harga tersebut seperti : gaji sopir, transportasi darat, sewa tempat, pelayanan service mobil dan promosi.

Aktivitas promosi yang digunakan CV. Datuak Motor adalah promosi yang bersifat *advertising* seperti radio pada Arbes FM, surat kabar yang jangkauannya luas sampai desa. Selain itu, CV. Datuak Motor juga menggunakan *personal selling* seperti *salesman* yang bertujuan agar konsumen bisa berkonsultasi dalam pemberian saran tentang rekondisi mobil dan suatu aktivitas promosi pada perusahaan.

Pada aktivitas distribusi CV. Datuak Motor hanya menggunakan satu pedagang besar atau pengecer dalam daerah pasar tertentu. Dengan hanya menggunakan satu penyalur perusahaan akan lebih mudah dalam mengadakan pengawasan pada tingkat harga maupun pada usaha kerja sama dengan penyalur pada periklanan.

5.2 Saran-saran

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

1. Aktivitas promosi yang diterapkan, 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, dan daerah. Strategi promosi yang di digunakan CV. Datuak Motor dalam melakukan penjualan suku cadang mobil kurang cocok dengan jenis promosi yang digunakan seperti radio dan surat kabar, menurut saya

yang lebih efektif dalam melakukan strategi promosi dengan cara menggunakan *salesman* yang bertujuan untuk memberitahu atau memperkenalkan jenis produk yang cocok untuk dipakai oleh konsumen, konsumen pun bisa berkonsultasi dengan pilihan mereka. Sedangkan promosi setelah dilakukannya penjualan adalah suatu tindakan yang harus ditingkatkan, terutama pelayanan terhadap produknya yang mencakup pelayanan perbaikan dan perawatan, pengadaan suku cadang serta salon mobil dan service lainnya yang diperlukan untuk penjualan kendaraan tersebut.

2. CV. Datuak Motor Padang harus mampu membuktikan pada pelanggan bahwa produk yang dijual mempunyai keunggulan yang lebih dibagian kualitas produk dibandingkan para pesaing lainnya.
3. Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, hendaknya perusahaan memperhatikan harga yang ditawarkan kepada konsumen. Harus melihat harga yang ditawarkan oleh pesaing.
4. Sebaiknya CV. Datuak Motor menambahkan atau membuka cabang di daerah berkembang lainnya seperti di Bukittinggi, Payakumbuh, Solok dan daerah lain agar pendistribusian atau penjualan mobil tidak terpusat hanya disatu tempat.

