

## B A B VI

### KESIMPULAN DAN SARAN - SARAN

Dari pembahasan mengenai marketing-mix dalam P.T. Batik Keris pada Bab V dapat kita simpulkan bahwa perusahaan menggunakan berbagai strategi dalam usaha untuk meningkatkan laba.

Dalam bidang produk perusahaan mengadakan perluasan produk untuk memperluas pasar. Demikian pula dilakukan differensiasi produk untuk membedakan produk-produk perusahaan dengan produk-produk dari perusahaan-perusahaan lain.

Untuk mendorong konsumen agar membeli produk-produk perusahaan selain melalui promosi, perusahaan menggunakan appeals dalam hal design dan kualitas warna. Khusus untuk kain batik, prestise untuk penggunaan produk-produk tersebut juga digunakan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen. Seperti kita ketahui kain batik hanya diproduksi dari kualitas sedang dan halus saja, dengan demikian harganya pada umumnya tinggi dan hanya dapat dicapai oleh golongan konsumen berpenghasilan tinggi dan sedang saja. Tujuan perusahaan adalah untuk menjadikan produk-produk tersebut sebagai suatu simbol status tertentu bagi pemakai-pemakainya, yaitu status orang-orang kaya.

Kebijakan harga perusahaan, yaitu harga produk yang lebih tinggi dari harga-harga produk saingan, erat hubungannya dengan strategi diferensiasi produk. Dengan menetapkan harga produknya lebih tinggi disamping pertimbangan-pertimbangan lain, perusahaan berkecenderungan untuk menunjukkan kualitas produk yang lebih baik dari produk-produk saingan.

Distribusi dari produk dilakukan secara selective, dengan demikian pada kota-kota besar mungkin dilakukan penjualan langsung kepada retailers, tetapi pada kota-kota kecil yang terdapat hal tersebut tidak memungkinkan, oleh karena itu digunakan wholesalers.

Promosi yang dilakukan perusahaan ditujukan kepada middlemen dan konsumen (konsumen akhir dan industrial users). Promosi kepada konsumen akhir ditujukan untuk meningkatkan selective demand terhadap produk-produk perusahaan, tapi sebagian dari promosi tersebut, yaitu promosi kepada golongan konsumen berpendapatan tinggi secara tidak langsung dapat mempengaruhi pula primary demand. Dengan demikian secara tidak langsung pula perusahaan mengadakan promosi kepada konsumen-konsumen dari industrial users.

Beberapa saran yang dapat kita berikan kepada perusahaan antara lain :

- 1) Untuk memperluas permintaan konsumen, selain ber-

bagai usaha yang telah dilakukan perusahaan dapat juga dilakukan dengan memperluas penggunaan produk. Untuk itu bagian merchandising harus selalu mencari-cari penggunaan-penggunaan baru dari produk yang dapat menimbulkan permintaan yang cukup besar.

- 2) Dalam menentukan keputusan tentang pembuatan produk-produk baru dan harga dari produk-produk, selama ini hanya didasarkan pada intuisi manajemen saja. Dengan jumlah karyawan sebanyak 1.800 orang perusahaan dapat digolongkan sebagai suatu perusahaan besar, dengan demikian kesalahan dalam penentuan produk dan penetapan harga dapat mengakibatkan kerugian yang besar pula. Oleh karena itu sebelum mengambil keputusan dalam hal-hal tersebut terlebih dulu harus diadakan penelitian agar diperoleh data-data yang lebih tepat, sehingga keputusan yang diambil yang didasarkan atas hasil penelitian tersebut tidak keliru.

- 3) Pada promosi yang ditujukan kepada konsumen, perusahaan lebih menekankan pada sales promotion sedangkan advertising kurang dipentingkan. Hal ini terbukti dari satu-satunya media yang digunakan yaitu bioskop.

Kenyataan menunjukkan bahwa advertising adalah sa

ngat penting bagi perusahaan-perusahaan, oleh karena itu perlu diadakan promotional-mix yang lebih seimbang. Berdasarkan pertimbangan bahwa scope pasar dari produk-produk perusahaan adalah luas maka diperlukan media-media yang dapat mencapai konsumen yang luas tersebut.

Advertising yang dilakukan perusahaan celana ini bersifat reminder. Diferensiasi produk yang dilakukan perusahaan dapat digunakan sebagai theme dalam advertising, selain itu untuk kain batik dapat pula ditonjolkan motif prestige. Dengan demikian hal-hal tersebut dapat digunakan perusahaan untuk mengadakan advertising yang bersifat educational.

Selain itu sesuai dengan sifat daripada shopping-goods yang perlu diujakan secara menyolok, maka diperlukan adanya kerjasama dengan retailers, yaitu dalam penyusunan displays.