

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyajian data dan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa PT. Cahaya Benteng Mas ialah perusahaan yang ikut andil dalam perkembangan infrastruktur di Indonesia. Kegiatan tersebut meliputi, PT. Cahaya Benteng Mas memproduksi bahan rangka atap yang berbahan dasar galvalum. Berdasarkan hasil uraian tersebut dan hasil analisis tentang penerapan segmentasi produk roofing CBMRoof di PT. Cahaya Benteng Mas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Segmentasi yang dilakukan perusahaan meliputi pengelompokan berdasarkan basis segmentasi yaitu: Geografis, Demografis, Psikografis dan Tingkah laku. Segmentasi Geografis membidik beberapa wilayah potensial yaitu seperti wilayah Provinsi Jawa Timur hampir keseluruhan, Kalimantan Timur, Nusa Tenggara Timur, Flores, Ambon, Papua. Untuk segmen demografis ialah *end user*, pembisnis ritel, kontraktor, dan pemerintah yang berpendapatan minimum Rp. 3.000.000. untuk segmentasi Psikografis ialah perusahaan memilih segmen orang yang suka memakai bahan rangka atapnya galvalum dan peralihan sebelumnya memakai genteng konvensional ke galvalum. Untuk segmentasi tingkah laku, perusahaan membidik orang yang menyukai rangka ata yang tidak mudah berkarat, barang terjangkau, praktis dan efisien penggunaannya.

1.2 Saran

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, terdapat saran dan rekomendasi yang ingin diajukan penulis sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu melakukan inovasi terkait produk CBMRoof yang diperhatikan ialah kekuatan kadar kuat terhadap korosi saat ini perkiraan kadar kuat masa penggunaan ialah 10-15 tahun, mungkin bisa mengembangkan masa tahan lama terhadap korosi lebih dari 15 tahun.
2. Dalam melakukan pendistribusian ke pihak konsumen maupun pihak supplier bahan baku ke perusahaan sebaiknya perlu melakukan pengetatan dan pengecekan barang atau produk sesuai SOP perusahaan, sehingga tidak akan ada masalah terhadap barang keluar perusahaan dan masuk ke dalam perusahaan.