

## BAB VI

## KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

Berdasarkan uraian-uraian yang telah kami paparkan dalam bab-bab diura, maka dalam bab ini kami berikan kesimpulan dari pada uraian-uraian tersebut serta kami akan mencoba juga untuk memberikan sedikit saran-saran yang berhubungan dengan pokok masalah yang kami bahas.

## 11. Kesimpulan

1. Kondisi dan perkembangan perusahaan

- a). PT. Gelora Djaja adalah merupakan sebuah perusahaan roti kretek yang dapat dikatakan masih cukup muda, karena perusahaan ini didirikan pada tahun 1963, jadi kami baru berusia 10 tahun.
- b). Produk pertama yang dihasilkan PT. Gelora Djaja adalah roti kretek bermerek "Galan" yang dikerjakan dengan tenaga kerja sebanyak 3 orang dan tenaga staf 5 orang.
- c). Kalau kita lihat sejarah perkembangan dari pada perusahaan ini, maka perusahaan ini mengalami kemajuan secara bertahap dari setiap yaitu sejak mulai diadakan investasi lagi, dimana diadakan pembelian mesin-mesin baru pada tahun 1964, kemudian perusahaan ini menambah produksinya lagi yang diberi nama "Hic-ilah".

Perkembangan mesin-mesin terus dilakukan dengan penambahan mesin offset dan mesin-mesin foto pada tahun 1970.

- d). Dalam lokasi perusahaannya PT. Celora Djaja beroperasi pada 3 tempat yaitu di :
- Pada kantor pusat PT. Celora Djaja di Jalan Patemon Barat Surabaya, yang mengolah bahan mentah jadi bahan jadi.
  - Pada kantor cabang di Putro Agung Medan Surabaya, dimana disini dilakukan proses pengolahan selanjutnya.
- e). Rokob-rokok hasil produksi dari PT. Celora Djaja ini dijual hampir di semua daerah di Indonesia.
- f). Adapun jumlah buruh yang bekerja pada perusahaan ini kurang lebih 1500 orang buruh kasar dan 51 orang pegawai staf ; jadi sebenarnya perusahaan rokok ini termasuk lowbour intensive, dimana dapat menyerap banyak tenaga kerja di Indonesia, yang berarti dapat mengurangi pengangguran.
- g). Proses produksi dalam perusahaan ini sebagian besar menggunakan tenaga manusia, terutama dalam bagian pengaliran.
- h). Dalam persoalan upah, para buruh menerima upah yang disesuaikan dengan tiap tingkat kemampuannya. Dimana masing-masing buruh diberi kesempatan untuk mengembangkan kemampuannya serta kemajuan kependidiannya.

dengan rangsangan upah yang lebih tinggi.

- 1). Dalam susunan Organisasi daripada PT. Galora Djaja tugas Direktur diada terlalu sangat sempit, sehingga besar kemungkinan untuk salah satu bagian akan diperbaiki.

## 2. Kondisi penjualan hasil produksinya :

- a). Mengenai kegiatan penjualan dari PT. Galora Djaja, pengalokasian sistem peroganan tunggal yaitu : Pa. Darsono di Jalan Sempotan 103 Surabaya.

Yang selanjutnya akan diatur untuk dibagi-bagikan pada sub-sub agen diseluruh Indonesia, yang selanjutnya diturunkan untuk dibagi-bagikan pada retailer-retailer.

Ditadi dapat kami simpulkan bahwa tugas dari agen tunggal dari perusahaan ini sangat penting yaitu menyangkut :

- Menyebarkan pemasaran produk yang bersangkutan.
- Mengadakan aktivitas sales promotion
- Menetapkan harga-harga untuk sub agen - sub agen.
- Mengadakan penelitian di daerah-daerah pasaran yang selanjutnya memberikan pertanggungjawaban kepada pabrik.

Alasan daripada pemakaian sistem peroganan tunggal karena :

- Bagi produsen tidak usah menyediakan Organisasi Marketing tersendiri,

Jadi lebih memudahkan produsen dalam pemasaran dan menghemat ongkos untuk membentuk Organisasi penjualan ter-

sendiri.

b). Berdasarkan pada penggolongan daripada barang-barang yang dibutuhkan, maka rokok termasuk *convenience goods* ; yaitu barang-barang yang setiap waktu harus tersedia ditempat-tempat penjualan yang dikehendaki oleh para konsumen karena :

1. Konsumen berusaha membelinya semudah mungkin.
2. Dengan adanya bermacam-macam merk / cap, maka terjadi *differentiasi produk*, sehingga didalam membelinya konsumen memperhatikan merk / cap tertentu , tetapi tidak perlu membandingkan dari satu toko ke toko yang lain.

Oleh sebab itu penjualan rokok-rokok hasil daripada PT. Galara Djaja tersebar luas ditempat-tempat penjualan / para pengecer yaitu :

- semua toko-toko kecil maupun para pedagang rokok kecil - yang menjual rokok ditopi jalan, yang langsung menjual rokok-rokok tersebut kepada konsumen terakhir, dimana mereka selalu menyediakannya pada setiap saat apabila diperlukan.

c). Produsen pesaing yang mempengaruhi hasil produksi PT. Galara Djaja yaitu :

- Perusahaan rokok Djaja Sen Soe
- Perusahaan rokok Gudang Garam
- Perusahaan rokok Bantol
- Para produsen rokok putih.

Titik berat daripada persaingan disini adalah disebabkan :

1. Perbedaan mutu
2. Perbedaan harga
3. Perbedaan design
4. Perbedaan cara promotion

Kalau kami tinjau hasil produksi PT. Golora Djaja merupakan barang-barang yang dijual pada buyer's market, yaitu barang-barang dimana pembeliilah yang memegang peranan penting dalam menentukan perbeliannya.

Jadi disini diperlukan cara-cara penjualan yang aktif, yaitu para konsumen harus dirangsang sedemikian rupa, sehingga tertarik untuk membeli dan membeli barang-barang tersebut.

d). Dalam mendorong pasaran dan mempertahankan pasaran yang ada terhadap saingan, PT. Golora Djaja telah melakukan usaha - usaha :

1. Penerapan penjualan yang bermacam-macam dilakukan oleh perusahaan-perusahaan adalah berupa advertising dan lain-lain cara promotion.

PT. Golora Djaja menjalankan cara promotion dengan beberapa media yang dipakai, dengan tujuan untuk tetap mempertahankan bagian penjualannya dalam pasar agar bagian ini tidak dapat direbut oleh perusahaan lain dan bahkan disamping itu juga untuk menjaga / memperluas

as penjualannya dengan mencari pembeli-pembeli yang baru. Cara-cara promosi maupun media-media advertising yang dipergunakan oleh perusahaan bagi tiap - tiap daerah akan berbeda-beda, disesuaikan dengan keadaan serta kebiasaan masing - masing daerah.

Hal ini disebabkan karena pertimbangan - pertimbangan ekonomi yaitu : efisiensi daripada penggunaan cara - cara promosi maupun media-media advertising itu bagi masing-masing daerah yaitu :

- pertimbangan antara harga yang dikeluarkan dengan hasil yang diperoleh dari padanya.

#### D. Dibidang marketing research

Dalam rangka usaha - usaha menghadapi para saingan PT. Galera Djaja telah melakukan usaha dibidang Marketing - Research, hanya saja dilaksanakan dalam bentuk-bentuk yang sederhana dan tidak terorganisir dalam suatu department research tersendiri.

Sehingga sebenarnya hasil daripada analisis research yang dilaksanakan sangat tidak sempurna.

Tujuan daripada PT. Galera Djaja dalam melaksanakan kegiatan ini antara lain untuk membentuk pola konsumsi masyarakat Jadi disini PT. Galera Djaja selalu mengikuti perkembangan pasaran daripada produk yang dihasilkan. Dengan cara

questioner para retailer akan selalu mencari data dalam:

1. Bila terjadi perubahan konjungtur dan mencari sebab-sebabnya.
2. Menorita kritik-kritik daripada konsumen terhadap produk tersebut baik dalam mutu maupun packing serta harga.
3. Penoritan konsumen terhadap produk saingan, kelemahan dan kebaikan daripada produk-produk tersebut
4. Perbandingan omzet produk kita dengan omzet produk saingan.

Dalam hal ini ternyata bahwa PT. Golara Djaja selalu aktif dalam perkembangan produk dan perlucuan pasaran dengan cara penelitian produk, baik mutu maupun harga serta packing, serta data besar ketahanan serta keinginan dan daya beli konsumen ( masyarakat ).

### C. Penetapan harga jual

- a). Dalam penetapan harga jual daripada hasil produksinya , PT. Golara Djaja dicamping mendasarkan penetapan harga tersebut pada kalkulasi harga pokok yang dicarikan dengan standard dalam tahun-tahun sebelumnya, ditambah dengan 5 persen dalam tahun ini, juga diperhatikan harga daripada saingannya.

Dalam hal ini yang merupakan standard adalah rekot Djie Seng Co.

Biasanya harga jual rokok Wicaklak selalu ditetapkan di bawah rokok-rokok dari Djie Sen Soo.

b). Selain itu dalam menetapkan harga jual PT. Golora Djaja dipengaruhi juga oleh daya beli masyarakat dan jumlah outlet penjualan. Dan kallulasi harga disini hanya sebagai standard.

c). Dalam penetapan harga selanjutnya agen berhak menetapkan harga sendiri terhadap sub-sub agen, dan sebaliknya sub agen - sub agen juga berhak menetapkan harga terhadap retailer-retailer.

Jadi dalam menetapkan harga jual kepada konsumen, kebijaksanaan ini tergantung daripada produsen, serta memperhatikan penghasilan yang diberikan kepada agen, sub agen dan para retailer masing-masing.

## 2. Asas - Asas

Dalam pasal ini kami akan memberikan beberapa saran - saran yang mungkin berguna bagi PT. Golora Djaja dalam menghadapi para saingan, sehingga PT. Golora Djaja dapat tetap mempertahankan bagian penjualannya dalam pasaran dan bahkan dapat memajukan jumlah rokok yang dapat dijualnya.

1. Mengenai susunan Organisasi dari PT. Golora Djaja, dapat kami sarankan untuk mengadakan perbagian tugas yang lebih lanjut, agar tugas Direktur tidak terlalu complex, sehingga dapat me-



mikiran kearah perbaikan dan planing selanjutnya daripada -  
PT. Gelora Djaja.

2. Dalam hal kelancaran proses produksi ini sangat erat hubungannya dengan susunan Organisasi perusahaan yang baik.

Karena suatu organisasi yang baik akan mengakibatkan kesempurnaan daripada proses produksi, yang selanjutnya akan berakibat lancar nya proses penjualan.

Dicamping itu bagian produksi pun harus selalu berusaha untuk mempertahankan cara bekerjanya sedemikian rupa, sehingga hasil produksi perusahaan tidak mengalami kemunduran, baik dalam hal jumlah barang yang dihasilkannya maupun mutu daripada barang yang dihasilkan.

3. Dalam rangka kegiatan penjualan PT. Gelora Djaja pada dasarnya ini lebih digantungkan pada kegiatan para agen dan sub agen, sehingga bila terjadi kekurangan, maka produsen untuk eskotikanya akan kehilangan penerimanya.

Untuk ini perlu bagi PT. Gelora Djaja untuk membentuk Bagian Penjualan yang bertugas mengawasi pekerjaan agen dan mengaktifkan daerah-daerah yang kurang dalam omset penjualannya dengan jalan :

- Berusaha menarik langganan-langganan baru
- Memperkenalkan jenis-jenis rokok yang dihasilkan perusahaan kepada masyarakat tertentu, sesudah diadakan

penelitian,

- Menangkap selera konsumen terhadap produk-produk yang dihasilkan,

Untuk hal ini perlu dalam :

#### I. Peningkatan dibidang sales promotion.

- a). Media-media sales promotion seharusnya lebih ditingkatkan.

Misalnya : - untuk pemasangan papan-papan reklame yg baiknya dilakukan menyeluruh keadaannya dg arah-arah pacaran, tidak hanya diarahkan ke Jawa Barat dan Jawa Tengah saja, supaya produk PT. Gelora Djaja lebih di kenal di semua pelosok daerah.

- b). Menambah media sales promotion.

Misalnya :- Pemasangan pada Slide - slide radio, ti-rokrop dan lain-lain.

Karena produk dari PT. Gelora Djaja dapat diketahui mengarah pada golongan menengah, dimana media ini tentunya sangat berguna terhadap media ini dengan mudah dapat dicapai oleh golongan tersebut. Dan tentunya media-media ini harus disesuaikan dengan kondisi dan keadaan tiap-

tiap daerah pasaran, juga dilakukan - dalam waktu tertentu sehingga tidak - membocorkan.

Yang mana PT. Gelora Djaja dalam menanggapi persoalan media sales promotion ini sebagai suatu pemborosan, sehingga media ini tidak dilaksanakan - sebagai usaha-usaha sales promotion.

Perusahaan ini lebih senang menggunakan media sebagai sponsor suatu show / pertunjukan.

- c). Peningkatan sales promotion ke daerah-daerah Pulau - Jawa terutama Jawa Timur.

Kalau kita tinjau omset penjualan daerah Jawa Timur sangat tidak memuaskan, karena itu perlu dalam peningkatan sales promotion dan peningkatan dalam penelitian sebab-sebab ketidak berhasilan pemasaran ke daerah-daerah tersebut.

- d). Memberikan rangsangan-rangsangan pada sub agen, agar mempunyai merek dalam memasarkan produk Hari PT. - Gelora Djaja.

## II. Administrasi usaha-usaha dibidang Marketing Research.

- a). Seharusnya usaha-usaha ini supaya dilakukan secara - kontinuis dan mengadakan penelitian secara perbaikan -

perbedaan mutu produk maupun desain dalam pembangunan yang memenuhi selera masyarakat.

- b). Penelitian kearah pembuatan produk-produk baru dengan mutu, desain serta harga yang dikehendaki dan dapat di capai oleh masyarakat.

Dengan adanya bermacam-macam produk mix yang terarah, tentunya PT. Galera Djaja akan dapat lebih memenuhi selera masyarakat.

**Disimpulan :** - Pembuatan bermacam-macam produk dengan bermacam-macam tingkatan mutu serta harga sehingga bagi konsumen akan mudah mendapat pilihan. Dan tentunya dalam perkembangan produk baru ini harus diadakan suatu research tersendiri, supaya produk tersebut akhirnya dapat diterima oleh konsumen. Kebijakan inisiatif dan pengusahaan diselenggarakan oleh pimpinan perusahaan, tetapi untuk peningkatan usaha usaha research ini, dapat diserahkan pada badan-badan research tersendiri, karena dengan melalui badan-badan research ini tentunya lebih ringan dalam pembiayaan, bila dibandingkan dengan membentuk departement research tersendiri.