

B A B V  
P E N U T U P

**V.1. Kesimpulan.**

Sebagai akhir daripada pembahasan skripsi mengenai masalah packaging sebagai marketing tool pada perusahaan kosmetika, maka berdasarkan survey dan analisa yang kami lakukan pada perusahaan kosmetika P.T. CHEMICAL & COSMETIC FACTORY PYRAMID SURABAYA, maka kami mencoba menarik kesimpulan dari pembahasan yang telah kami kemukakan pada Bab-bab dimuka.

Adapun kesimpulan yang dapat kami kemukakan adalah sebagai berikut :

- a. Pada perusahaan kosmetika P.T. CHEMICAL & COSMETIC FACTORY PYRAMID SURABAYA, pelaksanaan packaging pada semua code article dari jenis kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan tersebut, dilakukan pada Sub Bagian Pengisian dan Packaging yang berada dibawah Bagian Produksi. Pada Sub Bagian Pengisian dan Packaging dilakukan segala aktivitas mulai dari pengisian bahan yang telah diolah ( Cosmetic in bulk ), penempelan etiket sampai pada pembungkusan kedalam inner box, sedang mengenai packing yang dilakukan perusahaan untuk memudahkan pengangkutan / pengiriman dan penyimpanan barang kedalam outer boxes dilaksanakan oleh Sub Bagi-

an Gudang.

- b. Bahan-bahan pembungkusan / kemasan yang dipergunakan oleh perusahaan sebagai packaging bagi alat-alat kosmetika yang diproduksinya seperti botol gelas, botol plastik, pot plastik, folding boxes, inner boxes dan lain-lainnya, diperoleh dan dibeli dari pabrik kemasan yang ada di kota Surabaya dan sekitarnya. Jadi tidak ada bahan pembungkus / kemasan yang diproduksi sendiri atau dipesan khusus dengan design yang khas Pyramid Cosmetics.
- c. Kemasan yang dipergunakan mempunyai banyak kesamaan dengan kemasan yang dipergunakan oleh perusahaan kosmetika lainnya dan untuk membedakan maka pada setiap kemasan diberi ciri-ciri khusus Pyramid Cosmetics yang berupa pemberian etiket ( label ), pemberian tutup botol yang khas dan lain-lainnya.
- d. Semua kemasan yang dipergunakan sebagai packaging merupakan barang baru keluaran pabrik kemasan dan bukan merupakan barang bekas ( tweedehands ), kecuali untuk kemasan yang berupa botol gelas adakalanya digunakan kemasan yang berasal dari barang bekas ( tweedehands ) seperti botol bekas bier yang digunakan untuk jenis kosmetika Shampoo. Penggunaan botol gelas bekas sebagai kemasan bagi jenis kosmetika Shampoo mempunyai keuntungan dan kerugian bagi perusahaan.

Keuntungannya adalah sebagai berikut :

- \* Harganya lebih murah dibandingkan dengan kemasan baru.

Kerugiannya adalah sebagai berikut :

- \* Perusahaan akan kehilangan waktu untuk mengumpulkan botol bekas dan untuk mencucinya, yang dapat mempengaruhi kelancaran produksi, bahkan untuk mencuci harus dikeluarkan biaya-biaya tambahan.
  - \* Keseragaman dari botol bekas tidak ada, mengingat banyak botol bekas keluaran pabrik kemasan yang berlainan dan warna botolnya bermacam-macam, ada yang hijau, coklat dan lain-lainnya, sehingga perlu disortir terlebih dahulu.
- e. Mengenai cara membungkus produk masih dilakukan dengan tangan dan dilakukan oleh para pegawai wanita, mengingat pekerjaan tersebut membutuhkan kerapian dan kesabaran. Untuk melakukan pembungkusan pada jenis kosmetika yang diproduksi, belum dipergunakan mesin pembungkus otomatis mengingat keadaan keuangan perusahaan yang belum mengizinkan serta masih dimungkinkan melakukan pembungkusan dengan tenaga manusia walaupun mungkin penggunaan mesin pembungkus otomatis yang cocok akan menguntungkan perusahaan baik dari segi efisiensi kerja maupun kerapian dari hasil pembungkusan.

f. Berdasarkan gambaran daripada pelaksanaan packaging pada semua jenis kosmetika yang diproduksi oleh Pyramid maka terlihat bahwa :

- \* Untuk jenis kosmetika Pomade dipergunakan kemasan dari bahan berupa gelas, tinplate dan biji plastik jenis P.S. ( Polystyrene )
- \* Untuk jenis kosmetika Eau De Cologne dipergunakan kemasan dari bahan berupa gelas.
- \* Untuk jenis kosmetika Bedak Talk dipergunakan kemasan berupa karton.
- \* Untuk jenis kosmetika Lotion dipergunakan kemasan dari bahan berupa gelas.
- \* Untuk jenis kosmetika Shampoo dipergunakan kemasan dari bahan berupa gelas dan sekarang; sudah mulai dirintis untuk menggunakan kemasan dari bahan berupa biji plastik jenis P.V.C. ( Polyvinyl Chloride ).
- \* Untuk jenis kosmetika Hair Oil dipergunakan kemasan dari bahan berupa gelas.

Memang untuk jenis kosmetika tertentu seperti Lotion dan Eau De Cologne, lebih sesuai dan lebih menarik bila dipergunakan kemasan dari bahan gelas daripada dipergunakan kemasan dari bahan biji plastik, tetapi kemasan berupa botol-botol gelas dengan design yang khusus adalah amat mahal. Dan untuk jenis kosmetika lainnya seperti Pomade, Hair Oil dan Shampoo selain dipor-

gunakan kemasan dari bahan gelas juga dapat dipergunakan kemasan dari bahan biji plastik jenis tertentu. Untuk jenis kosmetika Pomade dipergunakan kemasan dari bahan biji plastik jenis P.S. ( Polystyrene ) dan untuk jenis kosmetika Hair Oil dan Shampoo lebih sesuai dipergunakan kemasan dari bahan biji plastik jenis P.V.C. ( Polyvinyl Chloride ).

5. Pada perusahaan kosmetika Pyramid dapat terlihat bahwa untuk tiap code article dari masing-masing jenis kosmetika, adakalanya dipergunakan kemasan dengan model yang sama tetapi berbeda mengenai ukuran volumenya dimana warna daripada isi serta bau wewangiannya sama pula dan etiket ( label ) yang dipergunakan juga sama hanya bentuk serta ukuran etiketnya disesuaikan dengan besar kecilnya kemasan. Disamping itu ada code article dari jenis kosmetika yang menggunakan kemasan yang berbeda mengenai model dan ukuran volumenya, tetapi menggunakan bau wewangian serta warna isi yang sama dengan bentuk serta ukuran etiket ( label ) yang berbeda. Ada juga yang menggunakan kemasan dengan model serta ukuran volume yang sama tetapi menggunakan bau wewangian, warna isi dan etiket yang berbeda. Sebagai contoh dapat dikemukakan sebagai berikut :

Pada jenis kosmetika Pomade

\* Untuk ART. 1004 dan ART. 1005 dipergunakan kemasan

<p>M I L I K PERPUSTAKAAN "UNIVERSITAS AIRLANGGA" S U R A B A Y A</p>
---

yang mempunyai model yang sama dengan ukuran volume yang berbeda, dimana pada kedua article tersebut memakai bau wewangian dan warna isi yang sama serta etiket ( label ) yang sama pula dimana bentuk dan ukuran etiketnya disesuaikan dengan besar kecilnya kemasan.

- \* Untuk ART. PO1; ART. PO 2 dan ART. PO 3 dipergunakan kemasan yang mempunyai model yang sama dengan ukuran volume yang berbeda, dimana pada kedua article tersebut memakai bau wewangian dan warna isi yang sama serta etiket ( label ) yang sama pula dimana bentuk, dan ukuran etiketnya disesuaikan dengan besar kecilnya kemasan.

Pada jenis kosmetika Eau De Cologne.

- \* Untuk ART. 333; ART. 1111; ART. 76 dan ART. FA dipergunakan kemasan yang mempunyai model dan ukuran volume yang sama, dimana pada keempat article tersebut memakai bau wewangian serta etiket ( label ) yang berbeda.

Pada jenis kosmetika Shampoo.

- \* Untuk ART. 10 dan ART. 20 dipergunakan kemasan yang mempunyai model yang sama dengan ukuran volume yang berbeda, dimana pada kedua article tersebut memakai bau wewangian yang sama dan etiket ( label ) yang sama pula dimana bentuk serta ukuran etiketnya dis-

suaikan dengan besar kecilnya kemasan.

Pada jenis kosmetika Hair Oil.

- \* Untuk ART. 35 dan ART. OA 2 dipergunakan kemasan yang mempunyai model dan ukuran volume yang sama, dimana pada kedua article tersebut memakai bau wewangian serta etiket ( label ) yang berlainan.
  - \* Untuk ART. 1008 T dan ART. NIS dipergunakan kemasan yang mempunyai model dan ukuran kemasan yang sama , dimana pada kedua article tersebut memakai bau wewangian, warna daripada isi dan etiket ( label ) yang berbeda.
  - \* Untuk ART. 1008 P dan ART. 107 B dipergunakan kemasan yang mempunyai model dan ukuran kemasan yang berbeda, dimana pada kedua article tersebut memakai bau wewangian dan warna daripada isi yang sama dengan etiket ( label ) yang berlainan.
- h. Etiket ( label ) yang dipergunakan oleh perusahaan sebagai bagian ( elemen ) daripada packaging, merupakan warisan perusahaan pada masa lampau dan masih tetap dipertahankan sampai sekarang.
- i. Pemberian seal ( segel pengaman ) sebagai jaminan mutu bagi produk yang diproduksi oleh perusahaan kosmetika Pyramid hanya dilakukan pada jenis kosmetika Shampoo saja.

Demikianlah kesimpulan yang kami kemukakan meng-

nal masalah packaging pada perusahaan kosmetika P.T. CHEMICAL & COSMETIC FACTORY PYRAMID SURABAYA.

## V.2. SARAN-SARAN.

Berdasarkan kesimpulan yang telah kami kemukakan maka kami mencoba untuk mengemukakan saran-saran mengenai kelemahan-kelemahan pada perusahaan kosmetika P.T. CHEMICAL & COSMETIC FACTORY PYRAMID SURABAYA didalam menghadapi masalah packaging pada alat-alat kosmetika yang diproduksinya.

Melihat dari kenyataan dimana pada masa yang lampau nama PYRAMID COSMETICS cukup terkenal dan mendapat tempat dihati masyarakat sehingga perusahaan tersebut pernah mengalami masa jaya. Tetapi pada saat ini nama PYRAMID COSMETICS tidak lagi mendapat tempat dihati masyarakat, dimana nama tersebut seakan-akan lenyap ditelan gelombang yang datangnya tidak saja dari perusahaan kosmetika luar negeri tetapi juga dari dalam negeri yang memproduksi alat-alat kosmetika yang berkualitas baik serta mempunyai bentuk dan cara packaging yang menarik. Hal tersebut dapat disimpulkan mengingat semua jenis alat-alat kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan kosmetika Pyramid merupakan peninggalan perusahaan pada masa yang lalu dimana baik jenis kosmetikanya, bentuk komposisinya, dan warnanya, bentuk etiketnya dan lain-lainnya tidak mengalami perubahan sama sekali. Sehingga pada saat ini semua jenis



kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan Pyramid sudah mencapai Decline Stage, dimana di satu pihak para konsumen yang memakainya :

- \* Mempunyai income lebih besar, sehingga ingin membeli kosmetika yang harganya lebih mahal.
- \* Perhatiannya lebih tertarik pada kosmetika merk lain, yang lebih bergairah dalam pemasarannya.
- \* Perubahan selera ( taste ) dari konsumen dimana sekarang para konsumen menghendaki bau wewangian yang lembut dan halus yang tidak begitu merangsang tetapi dapat memikat hati yang menciumnya.
- \* Adanya kemajuan dalam bidang teknologi serta sifat dari konsumen yang menghendaki comfort dan handiness. Misalnya penggunaan aerosol can untuk minyak wangi dalam model spray.

Sedang di pihak lain perusahaan kosmetika P.T. CHEMICAL & COSMETIC FACTORY PYRAMID SURABAYA dalam hal ini :

- \* Kurang memperhatikan selera dari para konsumen terutama dalam masalah bau wewangian dan masalah packaging.
- \* Kurang berusaha untuk mencari market segment lainnya.

Untuk mengatasi hal tersebut maka jalan yang terbaik adalah dengan mengadakan perombakan total pada semua jenis kosmetika yang diproduksi perusahaan tersebut baik mengenai mutu, bau wewangian dan packagingnya maupun mengenai

banyak sedikitnya code article pada setiap jenis kosmetika. Untuk itu maka pertama kali dilihat terlebih dahulu jenis kosmetika mana yang paling digemari konsumen dan merupakan best seller dan jenis kosmetika mana yang kurang digemari konsumen dan tidak begitu laku. Untuk jenis kosmetika yang merupakan best seller tetap diproduksi terus sedang untuk jenis kosmetika yang kurang laku sebaiknya tidak diproduksi dan diusahakan untuk memproduksi jenis kosmetika lainnya yang mempunyai harapan untuk digemari konsumen dan mempunyai masa depan yang baik. Hal tersebut dapat dilakukan perusahaan dengan mengadakan market survey, disamping itu melihat pada jenis kosmetika hasil produksi perusahaan kosmetika lainnya yang banyak digemari konsumen.

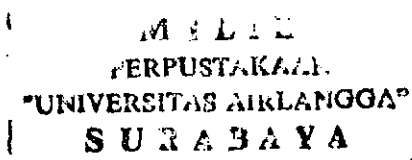
Kemudian dalam usaha perusahaan meningkatkan penjualan dari semua jenis kosmetika yang sudah mencapai Decline Stage, dapat dilakukan perubahan dengan mengadakan product development dimana disamping memproduksi jenis kosmetika baru juga dapat mengadakan perubahan pada jenis kosmetika yang telah diproduksi yaitu dengan mengadakan perubahan pada mutu, bau wewangian, bentuk serta model dari packagingnya dan lain-lainnya. Dan untuk selanjutnya jenis kosmetika yang diproduksi perusahaan tersebut dipasarkan dengan memberi indikasi berupa perkataan "BARU" yang dicantumkan pada etiket ( label ) dari setiap jenis

kosmetika. Mengingat pembahasan Skripsi kami adalah mengenai masalah packaging, maka yang akan kami sarankan hanyalah mengenai masalah packaging saja.

Agar produk yang diproduksi oleh Pyramid Cosmetics mudah dikenal oleh konsumen dan mempunyai ciri-ciri yang khusus, maka kami sarankan agar pada setiap jenis kosmetika dipergunakan kemasan dalam bentuk dan model yang seragam serta etiket ( label ) yang seragam pula untuk semua jenis kosmetika. Dan untuk membedakan code article dari setiap jenis kosmetika dapat dilakukan dengan mencantumkan code articlenya, dan nama jenis kosmetikanya pada etiket yang seragam itu.

Disamping itu mengenai banyak sedikitnya code article untuk setiap jenis kosmetika tergantung pada perusahaan sendiri dengan melihat jenis kosmetika tersebut akan ditujukan pada market segments atau golongan konsumen yang mana. Dan hal tersebut dapat dilakukan dengan mengadakan product differentiation dalam volume kemasan, dimana untuk masing-masing code article dari setiap jenis kosmetika dibedakan dalam besar kecilnya kemasan dan bentuk serta ukuran etiketnya disesuaikan pula dengan besar kecilnya kemasan tersebut.

Hal tersebut diatas sudah dilakukan oleh perusahaan kosmetika luar negeri seperti Elisabeth Arden, Max Factor dan lain-lainnya, dimana mereka mempunyai ciri khusus



dalam packagingsnya yaitu menggunakan kemasan dalam bentuk dan model yang seragam, bahkan dengan warna kemasan serta etiket ( label ) yang seragam pula.

Untuk melakukan itu semua memang diperlukan penambahan modal, tetapi demi kebaikan serta kelangsungan hidup perusahaan agar dapat ikut berbicara dalam pasaran alat-alat kosmetika maka kami berpendapat bahwa saran-saran tersebut perlu dilakukan mulai sekarang agar tidak terlambat.

Demikianlah sekedar saran-saran yang dapat kami kemukakan mengenai masalah packaging pada perusahaan kosmetika yang kami tinjau dan untuk itu semua kami hanya berharap agar saran-saran kami dapat bermanfaat bagi perusahaan tersebut walaupun semuanya memerlukan waktu, pikiran serta penambahan modal.