BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari uraian yang telah di bahas dan dikemukakan pada bab IV, maka penyusun dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1.) Untuk memperoleh sumber daya manusia yang handal pihak PT. Compact Microwave Indonesia selain harus melakukan penyeleksian tenaga kerja yang ketat, juga harus mengadakan training atau latihan bagi karyawan atau mengirim tenaga kerja terpilihnya untuk melakukan studi di luar negeri atau melakukan kerja sama dengan perusahaan asing lainnya.

2.) PT. Compact Microwave Indonesia harus lebih banyak mengadakan studi banding atau melakukan kerjasama dalam peningkatan teknologi dengan mengirim tenaga kerjanya untuk melakukan studi di luar negeri atau untuk melakukan kerja praktek di perusahaan-perusahaan asing sehingga para tenaga kerja tersebut dapat menyerap dan menerapkannya di perusahaan tersebut.

3.) PT. Compact Microwave Indonesia harus melakukan peningkatan kinerja terutama pada divisi Research and Development juga melalui kunjungan atau kerjasama dengan pihak perusahaan asing sehingga PT. Compact Microwave Indonesia dapat meningkatkan kualitas peralatannya dan menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada sekarang ini.

4.) PT. Compact Microwave Indonesia dapat bekerja sama dengan para perusahaan komponen-komponen elektronik yang ada di dalam negeri dan tentunya juga harus mengadakan kerjasama dengan perusahaan – perusahaan asing yang bergerak dalam produksi perangkat–perangkat elektronik.

5.) Kualitas dari produk yang telah dihasilkan oleh PT. CMI sangat terjamin karena baik tempat penelitian maupun fasilitas di PT. CMI telah menggunakan teknologi yang canggih baik hardware maupun softwarenya sehingga PT. CMI dapat memberikan produk dengan kualitas tinggi dan dengan harga yang kompetitif.

6.) Volume penjualan PT. CMI tahun 1996 sebanyak 266 unit atau sebesar Rp. 1.308.296.000 sedangkan volume penjualan tahun 1997 sebanyak 281 unit atau sebesar Rp. 1.374.074.000 sehingga volume penjualan PT. CMI mengalami peningkatan sebanyak 15 unit atau sebesar Rp. 65.778.000.

7.) Hubungan antara kualitas produk terhadap volume penjualan sangatlah erat karena semakin baiknya kualitas dari suatu produk, maka volume penjualan dari produk tersebut semakin meningkat, dimana kualitas produk tersebut sudah mencakup efisiensi produk dan harga dari produk tersebut yang kompetitif.

5.2. SARAN

Bertitik tolak dari kesimpulan diatas, penyusun memberikan saran yang mungkin berguna bagi PT. Compact Microwave Indonesia.

Adapun yang dapat penyusun sarankan adalah:

1.) Menciptakan kondisi kerja yang lebih baik. Kondisi tempat kerja yang baik akan menciptakan keharmonisan diantara para karyawan yang akan menumbuhkan gairah kerja serta kebebasan karyawan dalam bekerja.

2.) Tanggung jawab serta disiplin kerja yang telah ada di PT. Compact Microwave Indonesia hendaknya terus dibina dan ditingkatkan.

3.) Kerjasama dan komunikasi antar bagian diharapkan semakin baik, lancar serta penuh kekeluargaan.

4.) PT. CMI terutama divisi Research and Development agar dapat meningkatkan kinerjanya sehingga dapat mengembangkan dari produk tersebut sehingga produk tersebut mempunyai kualitas yang lebih tinggi, lebih fleksibel dan dengan harga yang lebih kompetitif.

5.) PT. Compact Microwave Indonesia harus berusaha untuk meningkatkan volume penjualan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan juga.

Saran bagi IGI - LPKIG

Dalam kesempatan ini juga, Penyusun ingin memberikan saran yang mungkin berguna bagi IGI-LPKIG, Adapun yang dapat penyusun sarankan adalah sebagai berikut:

1). Untuk memudahkan PKL, sebaiknya pihak IGI-LPKIG menjalin kerjasama dengan instansi pemerintah / organisasi, ataupun perusahaan swasta.

2). Meningkatkan layanaan informasi tentang Dosen, Perbaikan nilai, Tugas-tugas susulan dan mata kuliah dengan mengoptimalkan petugas administrasi dalam hal efektifitas kerjanya.

3). Membuktikan janji dan keunggulan. IGI-LPKIG harus lebih menunjukkan usaha kearah perbaikan dan kemajuan kualitas mahasiswanya maupun dosennya, sehingga sesuai dengan janji keunggulannya, Yaitu" Quality is Our Tradition".

DAFTAR PUSTAKA

1. David Inwood dan Jean Hammond, 1989, "Pengembangan Produk", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
2. Djaslim Saladin, H.SE, 1991, "Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran" Sinar Baru, Bandung.
3. Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 1994, Total Quality Manajemen, Andi Offset, Yogyakarta.
4. Nirwan Sembiring, 1992, "Ekonomi Koperasi", Erlangga, Jakarta.
5. Phillip Kotler, Diterjemahkan Herujati Purwoko, 1984, Manajemen Pemasaran II (Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian) Edisi ke 5 Erlangga, Jakarta.
6. Phillip Kotler, Diterjemahkan Ancella Anitawati Hermawan, 1985, "Manajemen Pemasaran II (Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)" Edisi ke 8 Salemba Empat, Jakarta.
7. Rahma Prawiramidjaja, 1978, "Capital Selecta Marketing", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
8. Swarsono Wijandi, 1988, "Pengantar Kewiraswastaan" Sinar Baru, Bandung
9. William J. Stanton, Diterjemahkan Y. Lamarto, 1988, "Fundamental Of Marketing" Erlangga, Jakarta.
10. Winardi, 1981, "Manajemen Pemasaran", CV. Mandar Maju, Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

1. David Inwood dan Jean Hammond, 1989, "Pengembangan Produk", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
2. Djaslim Saladin, H.SE, 1991, "Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran" Sinar Baru, Bandung.
3. Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 1994, Total Quality Manajemen, Andi Offset, Yogyakarta.
4. Nirwan Sembiring, 1992, "Ekonomi Koperasi", Erlangga, Jakarta.
5. Phillip Kotler, Diterjemahkan Herujati Purwoko, 1984, Manajemen Pemasaran II (Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian) Edisi ke 5 Erlangga, Jakarta.
6. Phillip Kotler, Diterjemahkan Ancella Anitawati Hermawan, 1985, "Manajemen Pemasaran II (Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)" Edisi ke 8 Salemba Empat, Jakarta.
7. Rahma Prawiramidjaja, 1978, "Capital Selecta Marketing", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
8. Swarsono Wijandi, 1988, "Pengantar Kewiraswastaan" Sinar Baru, Bandung
9. William J. Stanton, Diterjemahkan Y. Lamarto, 1988, "Fundamental Of Marketing" Erlangga, Jakarta.
10. Winardi, 1981, "Manajemen Pemasaran", CV. Mandar Maju, Bandung.