BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas yang telah dikemukakan terdahulu, maka kiranya penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi Penjualan (sales promotions) sering dipergunakan oleh perusahaan kecil maupun perusahaan besar, agar produk yang mereka promosikan dapat terjual, dan dapat meningkatkan volume penjualan.

2. Dengan iklan tidak hanya menguntungkan perusahaan saja, tapi menguntungkan pula bagi masyarakat, karena masyarakat dapat megetahui produk-produk yang baru dan produk-produk yang berkualitas.

3. Dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk, pihak Toserba Mitraindo selalu mencari dan memberikan yang terbaik bagi pelangan, agar si pelangan tidak kecewa dan merasa dirugikan bila berbelanja. Serta dengan pelayanan yang baik terhadap setiap pelangan yang datang, tanpa memandang usia baik itu muda maupun tua.

4. Dengan adanya peningkatan biaya promosi penjualan dan iklan memungkinkan realisasi penjualan juga meningkat.

5. Untuk meraih dan merangsang konsumen, pihak toserba mitraindo selalu mengadakan harga yang relatif murah dan memberikan kupon berhadiah bagi pelanggan yang melakukan pembelian diatas sertus ribu rupiah. Dengan harga yang murah merupakan, pokok utama dalam meraih pelangan, sebab Toserba Mitraindo tidak menyampingkan prinsip profit.

5.2. Saran-Saran

Dari kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi Toserba Mitraindo :

1. Mengingat saat ini banyaknya pesaing seperti Hero,makro dan lain-lain, pihak toserba mitraindo harus dapat menghadapi pesaing-pesaing yang ada, dengan cara selalu menjual produk dengan kualitas lebih baik/tinggi, dan tidak ketinggalan dengan produk-produk para pesaingnya.
2. mengingat toserba mitraindo merupakan suatu konsep marketing yang bergerak dalam bidang penjualan produk, maka pelayanan kepada konsumen atau pelanggan harus lebih diutamakan, karena pelayanan merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting didalam usaha meningkatkan kepuasan bagi konsumen atau pelanggannya. Dengan mutu pelayanan yang sebaik-baiknya diharapkan konsumen tidak merasa dikecewakan oleh pihak toserba mitraindo.

3. Dalam menata dan mengatur produk-produk yang ada harus rapi dan baik, jangan asal menyimpan produk yang bukan pada tempatnya. Jadi para pramuniaga harus lebih teliti dan peka terhadap produk-produk yang tak beraturan, yang bukan pada tempatnya.

4. Karena promosi merupakan bagian yang terpenting dalam pencapaian target penjualan produk, maka toserba mitraindo harus lebih meningkatkan lagi kiat promosi yang lebih baik.