BAB IV
ANALISA HASIL PENELITIAN

4.1. Kegiatan Promosi

Setelah penyusun melaksanakan kerja praktek di KUD "Karya Teguh" Kec.Lembang terutama di unit sayur mayur . mengadakan penelitian dan wawancara /interview dengan orang yang dianggap ahli (berwenang) maka penulis dapat mengemukakan masalah-masalah yang menjadi kendala :

- Peranan promosi untuk lebih meningkatkan penjualan hasil pertanian (Holticultura)
- Menetukan metode dalam penyusunan anggaran promosi pemasaran supaya lebih efisien dan efektif.
- Kurangnya anggaran khusus promosi menjadikan kegiatan promosi tidak terlalu luas.

Dari masalah-masalah yang dihadapi oleh KUD "Karya Teguh" terutama di unit sayur mayur (Holticultura) berikut ini penulis akan memberikan penyebab yang menjadi kendala-kendala.

Seperti halnya perusahaan-perusahaan lainnya , KUD "Karya Teguh" juga mengunakan kegiatan promosi pemasaran produk yang dihasilkannya guna meningkatkan penjualan juga meningkatkan laba perusahaan agar terlepas dari kerugian dan setidaknya mampu untuk bertahan.

Namun demikian, pengaruh promosi penjualan biasanya berumur pendek dan kurang efektif, juga kurangnya dukungan pemerintah daerah baik moral juga modal bagi perluasan dan pengenalan produk yang dihasilkan disamping daerah promosi masih dalam skala yang tidak luas.

Hal ini merupakan masalah yang harus di hadapi oleh KUD "Karya Teguh" terutama di unit sayur mayur (Holticultura) untuk mempertahankan dan meningkatkan pemasaran hasil-hasil pertanianya.

Salah satu media promosi untuk memperkenalkan hasil-hasil pertaniannya dengan mengadakan berbagai pameran-pameran dan seminar-seminar dikawasan Bandung dan Jakarta ini merupakn salah satu media untuk memperkenalkan produk hasil-hasil pertanian.

Selain periklanan promosi penjualan juga harus didukung dengan usaha publisitas untuk masing-masing sarana promosi tersebut harus ditentukan seberapa banyak biaya promosi yang akan dikeluarkan hal ini merupakan masalah yang harus dihadapi oleh KUD "Karya Teguh" dalam mencantumkan anggaran promosinya.

Untuk menaggulangi masalah-masalah yang dihadapi sering menjadi kendala dalam mengadakan promosi guna meningkatkan penjualan hasil-hasil pertanian KUD "Karya Teguh' di unit sayur mayur mangatasi masalah-masalahnya tersebut dengan :

1. Penyusunan tujuan promosi penjualan terlebih dahulu yang didasarkan pada tujuan pemasaran bagi hasil-hasil pertanian.
2. Melakukan pendekatan dan meminta bantuan-pemerintah daerah dengan mengajukan proposal-proposal untuk melakukan seminar-seminar dan pameran-pameran yang skalana luas.

3. Melakukan temu usahawan di bidang agrobisnis untuk bertukar pikiran guna memajukan hasil-hasil Holticultura.
4. Mengetahui kekuatan/Kelebihan dari pesaing terdekat
5. Memberikan laporan tahunan dan neraca setiap tahunya kepada KUD pusat dengan dicantumkan biaya-biaya untuk memasarkan produk-produk pertanian yang dihasilkannya dan Sisa Hasil Usaha yang didapat.

4.2. Biaya Pemasaran

Menurut teori yang didapat biaya pemasaran terdiri dari :

- Biaya Packing
- Biaya angkutan
- Biaya Promosi
- Biaya lain-lain (Pemasaran)

Di dalam Perhitungan Hasil Usaha Tahun Yang Berakhir 31 Desember 1998 s/d 31 Januari 2000 dan dalam Rencana Anggaran Dan Pendapatan Belanja Tahun 2000 Dengan Perbandingan RAPB Tahun 1999 Dan Realisasi hanya terdapat biaya Transportrasi dan biaya lain-lain yang jumlah tiap tahunya meningkat disamping biaya biaya gaji, jasa bank, perlengkapan dan perbaikan kendaraan, tetapi laba atau SHU meningkat tiap tahunnya.

Perbandingan Pendapatan dan Biaya Usaha dan Sisa Hasil Usaha KUD "Karya Teguh" Kec.Lembang Tahun Buku 1998 dan Tahun 1999 dan usaha pengolahan dan pemasaran juga dalam Perhitungan Hasil Usaha Tahun Berakhir

31 Desember 1998 sampai dengan Januari 2000 disini terlihat bahwa ada peningkatan Sisa Hasil Usaha tiap tahunya, jelas biaya pemasaran tiap tahunya ada dengan peningkatan yang tidak terlalu tinggi tetapi tiap tahunya ada peningkatan setidanya tidak ada dalam keadaan kerugian.

Juga dalam Rencana Anggaran dan Pendapatan Belanja Tahun 2000 dengan Perbandingan RAPB tahun1999 dan realisasinya ada rencana peningkatan pemasaran satur-mayur yang pada RAPB tahun 1999 Rp 173.896.800 ada rencana peningkatan untuk tahun 2000 menjadi Rp 225.450.050 disini pihak KUD berusah untuk meningkat laba yang diperoleh dengan meningkatkan pemasaran hasil sayur mayur, tetapi disamping itu juga biaya pembelian sayur-mayurpun meningkat dari RAPB tahun 1999 Rp 50.326.400 menjadi Rp 191.932.300 dia RAPB tahun 2000 disini sangat jelas untuk meningkatkan laba perusahaan juga disertai dengan biaya-biaya pemasaran yang meningkat juga.

Terlihat bahwa KUD 'Karya Teguh" terutama Unit sayur mayur berusaha untuk mengembangkan usahanya dengan meningkatkan hasil penjualan sayur mayur disertai dengan biaya pemasaran.