BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di sajikan pada bab-bab terdahulu dan di dukung oleh teori-teori dari berbagai literatur mengenai peranan periklanan dalam meningkatkan penjualan produk kacamata PT. Inti Kasoem Optikal Bandung, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai biaya periklanan dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi biaya iklan dari tahun 2007 hingga 2012 di tahun 2010 terjadi kenaikan biaya yang disebabkan oleh banyaknya kegiatan iklan yang dilakukan . kemudian di tahun 2012 biaya iklan kembali turun secara signifikan dikarenakan berkurangnya kegiatan periklanan yang di lakukan perusahaan
2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat penjualan. bahwa tingkat penjualan dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2012 mengalami fluktuasi. di tahun 2011 terjadi penurunan penjualan yang cukup signifikan dari penurunan tingkat penjualan sebelumnya. Dan tingkat penjualan kembali mengalami kenaikan di tahun 2012.
3. Berdasarkan hasil penghitungan dan pengujian hipotesis menunjukan bahwa peranan biaya periklanan pada PT.inti kasoem optikal negatif atau tidak berpengaruh dalam meningkatkan penjualan produk kacamata.

dengan kata lain bahwa kegiatan iklan yang dilaksanakan kurang berpengaruh dalam meningkatkan penjualan produk kacamata.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan di atas, penulis mencoba memberikan saran bagi PT. Inti Kasoem Optikal Bandung sebagai bahan pertimbangan perusahaan maupun untuk pihak lainnya mengenai peranan periklanan dalam meningkatkan penjualan produk , yaitu sebagai berikut :

1. prinsip efektifitas yang diutamakan perusahaan sebaiknya juga di sertai usaha yang efisien tehadap seluruh kegiatan promosi khususnya promosi melalui media periklanan yaitu dengan memperhatikan biaya-biaya yang di keluarkan . karena bila tidak akan mengakibatkan pemborosan dalam kegiatan operasi perusahaan .
2. Perusahaan harus menerepkan Fungsi pengawasan ekstra dalam mengendalikan kegiatan penjualan serta kegiatan promosi melalui media iklan dengan tujuan untuk memenuhi target penjualan dari data yang di peroleh selama 6 tahun terlihat adanya fluktuasi . hal tersebut sangat bisa di minimalisir apabila perusahaan memberikan pengawasan ekstra dalam beberapa kegiatan promosi produk terutama media iklan yang dipilih perusahan pun harus lebih responsif terhadap perkembangan media promosi lain contohnya iklan produk melalui website ataupun social media lain.
3. PT. Inti Kasoem Optikal Exclusive 1 Bandung Harus lebih gencar dan inovatif dalam mempromosikan produk – produk unggulannya.