BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan kerja praktek yang telah dilakukan di PT. Pindad (persero), maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa dengan melakukan kerja praktek pada Ditprodukkom bidang pemasaran PT Pindad (persero) penulis dapat mengetahui aktivitas yang dilakukan pada Ditprodukkom bidang pemasaran PT. Pindad (persero).

Adapun kesimpulan beberapa kesimpulan lain yang dapat diperoleh selama penulis melaksanakan kerja praktek pada Ditprodukkom bidang pemasaran PT. Pindad (persero), antara lain adalah sebagai berikut :

1. PT. Pindad (persero) adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang perindustrian, dan dibagi dalam dua bagian produk, yaitu :
    - Produk militer (dibagi dalam dua divisi yaitu divisi senjata dan divisi munisi)
    - Produk komersial (dibagi dalam tiga divisi yaitu divisi Mesin Industri dan Jasa, divisi Tempa dan Cor, dan divisi Rekayasa Industri dan Jasa)
2. Bauran promosi yang dilaksanakan oleh PT. Pindad (Persero) yaitu berupa periklanan, penjualan perorangan, dan promosi penjualan. Adapun periklanan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan adalah memasang iklan pada media cetak, membuat brosur dan buletin, juga iklan di yellow pages dan internet. Penjualan perorangan yang dilakukan oleh PT Pindad (Persero)

adalah dengan mendatangi perusahaan calon konsumen untuk melakukan presentasi mengenai produk yang ditawarkan. Sedangkan promosi penjualan yang dilakukan adalah dengan cara mengikuti pameran-pameran untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh PT Pindad (Persero) baik produk yang lama maupun produk yang baru.

4.2. Saran

Berdasarkan kerja praktek yang telah penulis lakukan di PT. Pindad (Persero), maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. perusahaan diharapkan dapat terus menerus meningkatkan kegiatan pemasarn secara agresif dengan didukung oleh pemilihan strategi pemasaran yang handal dan produk yang berkualitas serta sumberdaya manusia yang berkualitas.
2. PT. Pindad (Persero) hendaknya dapat membuat suatu produk komersial yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat banyak, tidak hanya untuk industri. Hal ini dimaksudkan agar dapat menghapus brand image yang sudah ada di masyarakat bahwa PT. Pindad (Persero) adalah perusahaan yang idedntik dengan produk-produk militer.
3. PT. Pindad (Persero) hendaknya dapat melaksanakan promosi dengan lebih gencar dan lebih baik agar dapat lebih unggul untuk memenangkan pangsa pasar yang ada.
4. Ditprodukkom bidang pemasaran hendaknya lebih menguasai tentang spesifikasi produk yang ditawarkan kepada konsumen serta menjelaskan

secara lengkap kepada para konsumen agar konsumen dapat memperoleh informasi yang jelas mengenai produk tersebut.

5. PT. Pindad (Persero) agar tidak cepat puas dengan apa yang telah diraih dan dihasilkan, dan selalu berusaha untuk mengembangkan program promosi pada masa yang akan datang khususnya dalam menghadapi pasar bebas yang akan berlaku di seluruh dunia.