# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan mengenai "Marketing Public Relations PT Pupuk Kujang Cikampek Dalam Memasarkan Pupuk NPK Phonska Studi Deskriptif Mengenai Marketing Public Relations PT Pupuk Kujang Cikampek Dalam Memasarkan Pupuk NPK Phonska Kepada Petani di Kec. Banyusari Kab. Karawang" adalah sebagai berikut :

1. **Informasi Produk** yang dilakukan *Marketing Public Relations* PT Pupuk Kujang Cikampek dalam Memasarkan Pupuk NPK Phonska. Informasi Produk dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi itu melalui selebaran dan pada saat sosialisasi Demplot (Demonstrasi Plot) kepada para petani serta manfaatnya itu melalui website dan brosur.
2. **Informasi Harga** yang diberikan oleh *Marketing Public Relations* PT Pupuk Kujang Cikampek dalam Memasarkan Pupuk NPK Phonska. Informasi harga dilakukan untuk para petani agar transparansi perusahaan dapat terlaksana serta menarik minat beli para petani maka dari itu pada MPR PT Pupuk Kujang Cikampek harus mempunyai kiat-kiat supaya klasifikasi harga yang diputuskan dapat efektif
3. **Promosi** yang dilakukan *Marketing Public Relations* PT Pupuk Kujang Cikampek dalam Mempromosikan Pupuk NPK Phonska dengan

merancangan pesan promosi untuk mempromosikan Pupuk NPK Phonska diantaranya dengan cara Menginformasikan, Pendekatan Sosial, Positioning dalam pemilihan pesan promosi maka promosi yang disampaikan sudah dapat dimengerti atau dengan kata lain bahwa pesan dari promosi yang dismpaikan sudah dapat diterima dengan baik.

4. **Informasi Distribusi** yang dilakukan Pada *Marketing Public Relations* PT Pupuk Kujang Cikampek Dalam Memasarkan Pupuk NPK Phonska. Informasi Distribusi yang dilakukan pada MPR PT Pupuk Kujang Cikampek digunakan sebagai media untuk pemasaran dari produk. Pemilihan distribusi yang dilakukan harus memenuhi syarat menjadi distributor sebagai penyedia pupuk untuk para petani dan memastikan ketersediaan pupuk kepada petani.
5. ***Marketing Public Relations* PT Pupuk Kujang Cikampek** memberikan informasi dan edukasi melalui media dan sosialisasi kepada para petani dalam membantu meningkatkan hasil panen yang maksimal. *Marketing Public Relations* PT Pupuk Kujang Cikampek merupakan program dari PT Pupuk Kujang Cikampek yang bertujuan untuk mensosialisasikan Pupuk Npk Phonska guna mendukung pemupukan berimbang untuk meningkatkan hasil panen petani di Kabupaten Karawang.

## 5.2 Saran

Dalam penelitian yang dilakukan ini, Peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Bagi Bidang Pemasaran PT Pupuk Kujang Cikampek

1. Promosi harus memberikan informasi produk apa saja kandungan yang terkandung dalam produk tersebut dan manfaat dari produk serta unsur apa saja yang ada dalam produk tersebut sehingga para petani dapat memahami nya.
2. Pemerataan promosi tidak hganya untuk para petani yang memiliki lahan yang luas tetapi juga untuk para petani kecil juga sehingga setiap wilayah yang mengalami kesulitan informasi dapat secara langsung mendengarkan produk tesebut.
3. Dalam melakukan promosi haruslah inovatif, dan kreatif dimaksudkan untuk menyentuh target para petani dengan menarik perhatian para petani. Pesan promosi itu harus menggugah hati, dimana nanti akan keluar effort yang besar dari petani tentang Pupuk NPK Phonska sehingga dari sini akan timbul kepercayaan akan produk perusahaan
4. Harga yang dipasarkan harus dapat merangsang minat beli para petani akan produk.

### 5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun peneliti ingin memberikan saran kepada mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya, berikut saran yang dapat peneliti berikan:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama dengan kajian *Marketing Public Relations* PT Pupuk Kujang Cikampek Dalam Memasarkan Pupuk NPK Phonska dengan fokus penelitian melaului wawancara sehingga mendapatkan informasi yang lebih akurat lagi.
2. Lebih meningkatkan lagi ketelitian dan keuletan dalam mencari informasi yang dibutuhkan agar setiap poin-poin dari data dapat lengkap. Sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik dan lancar
3. Penilitian yang dilakukan dapat menjadi pengalaman dan dapat menambah wawasan para pembaca, dan tidak melupakan unsur nilai keahliannya, dalam penelitian dibidang Ilmu Komunikasi Konsentrasi Ilmu Humas, khususnya penelitian mengenai *Marketing Public Relations* PT Pupuk Kujang Cikampek Dalam Memasarkan Pupuk NPK Phonska . Dan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi setiap pembaca.