BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Strategi-strategi yang ditetapakan PT. Kimia Sakti Kalista Sbb:

- Strategi Produk

  Medifilt Water Filter ini berfungsi menghilangkan bau, warna, rasa dan kekeruhan didalam air sehingga menghasilkan kualitas air yang bersih dan sehat tanpa ada penambahan bahan kimia sehingga sangat cocok digunakan untuk keperluan rumah tangga. Perusahaan memberlakukan adanya bauran produk yang berdimensi luas untuk menyediakan berbagai keperluan konsumen. Berikut ini macam-macam produk yang ditawarkan PT. Kimia Sakti Kalista kepada konsumen seperti produk austech, semen, dll. Dari hasil penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi produk PT. Kimia Sakti Kalista mengklasifikasikan produk mereka sebagai produk konsumen, dimana konsumen sebagai pemakai akhir untuk dikonsumsi secara pribadi.

- Strategi Harga

  Dalam strategi penyesuaian harga PT. Kimia Sakti Kalista penyesuaian harga dengan penetapan harga diskon dan pengurangan harga. Jenis yang dilakukan perusahaan adalah diskon kuantitas (*quantitative discount*), dimana pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar.

- Strategi Distribusi

  Dikarenakan produk penyaringan air Medifilt tidak dipasarkan di toko-toko, maka PT. Kimia Sakti Kalista berlaku sebagai distributor langsung dalam

memasarkan produk Medifilt. Perusahaan melakukan pengantaran barang langsung kepada tiap konsumen yang sudah memesan produk lewat *sales person* yang menawarkan ke rumah-rumah.

Perusahaan juga mempunyai cabang di Bandung, Surabaya, Solo, dan Pekanbaru untuk mempermudah jalur distribusi ke konsumen. Berdasarkan analisa tersebut maka dapat disimpulkan bahwa PT. Kimia Sakti Kalista dalam menjalankan strategi distribusinya menggunakan dua sistem saluran distribusi, yaitu langsung dan tidak langsung saluran satu tingkat melalui satu agen perantara.

- Strategi Promosi

Perusahaan mempromosikan produknya melalui media iklan dan perusahaan juga memanfaatkan kecanggihan internet dengan membuat web sendiri (www.kimiasakti.com) yang memuat berbagai macam informasi mengenai perusahaan maupun produk untuk memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi produk. Dalam mempromosikan produk perusahaan menggunakan *sales* promosi dan *sales* penjualan yang menarik dan ramah dalam menawarkan produknya kepada konsumen. Dalam proses promosi perusahaan memberikan harga promosi kepada para konsumen dan memberikan potongan harga untuk setiap pembelian lebih dari 2 unit produk, dengan ini perusahaan berharap dapat meningkatkan penjualan. Strategi penjualan yang baik dapat memindahkan posisi konsumen ke tahap pembelian.

5.2 Saran

- Perusahaan harus lebih berani melakukan inovasi produk dengan tahap mengutamakan kualitas produk.
- Perusahaan perlu melakukan kontribusi dengan masyarakat sekitar dengan memberikan sumbangan sosial ataupun sponsorship pada kegiatan yang bermanfaat untuk masyarakat. Karena lingkungan menjadi faktor yang bisa menjadi penghambat dan sekaligus pemicu keberhasilan perusahaan.
- Karena respon konsumen terhadap produk Medifilt sudah sangat baik, maka PT. Kimia Sakti Kalista harus memanfaatkan peluang tersebut untuk memperkenalkan kemudian menjual produknya. Tentunya dengan strategi-strategi yang sudah disusun oleh perusahaan sendiri agar produk Medifilt dapat bersaing di pasaran.