

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat beberapa simpulan yakni:

1. Rata-rata skor efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sebesar 91,02% yang berada pada kriteria yang “efektif”. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo mampu untuk melakukan distribusi dengan baik sesuai dengan target dimana Jenis saluran distribusi yang di terapkan PT. awet Sarana Sukses adalah saluran distribusi intensif dimana strategi distribusi yang menempatkan produknya pada banyak outlet/toko dan pengecer diberbagai tempat. Distribusi intensif ini efektif digunakan untuk barang-barang convenience atau barang-barang kebutuhan sehari-hari yang tidak memakan tempat dan tidak memerlukan keahlian tenaga penjual, seperti rokok, sabun mandi, dan sembako
2. Rata-rata skor Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sebesar 88,12% yang berada pada kriteria yang “cukup efektif”. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor penting dalam salurran distribusi adalah pasar, produk, perantara dan perusahaan dimana dari empat aspek ini faktor perantara dan produk sudah mencapai hasil yang terbaik (efektif), namun untuk pasar dan perusahaan masih belum maksimal. Faktor perusahaan menjadi paling krusial pengaruhnya karena perusahaan harus lebih optimal dalam melakukan manajemen dan

pengendalian intern dalam saluran distribusi yang konkritnya dengan melakukan pemetaan saluran distribusi berdasarkan aspek geografis wilayah Provinsi Gorontalo dan mengadopsi dua cara dalam distribusi yakni intensif dan selektif serta meningkatkan sarana dan prasarana untuk distribusi yang lebih efektif dan efisien sehingga sumbangan margin pemasaran dapat diperoleh sebagai nilai tambah ekonomis bagi PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan penelitian, maka saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saluran distribusi yang diterapkan PT. Awet Sarana Sukses sudah baik, yaitu saluran distribusi intensif. Sebaiknya perusahaan lebih mengoptimalkan saluran distribusi tersebut.
2. Menyiapkan strategi-strategi pemasaran untuk mengantisipasi factor-faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi besar kecilnya volume penjualan.
3. Untuk menjangkau masyarakat/konsumen luar khususnya di daerah-daerah bisa dengan memperluas daerah pemasaran serta menambah jumlah agen-agen terdekat

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Irawan, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Gitosudarmo, Indriyo, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- William M. Pride dan O.C. Ferrell, 1995, *Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari-hari Jilid 1*. Alih Bahasa: Danial Wirajaya.
- Kotler & Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi kedelapan*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Marius P. Angipora, SE, 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran. Cet.2*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Philip Kotler, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan. 1996, *Manajemen Pemasaran Perspektifitas Asia*, Educatiaon Asia Pte. Ltd
- Sastradipoera, Komarrudin. 2003, *Manajemen Marketing*, Bandung: KAPPA-SIGMA
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: ALFABETA

Sumber Lain :

- Jurnal Samun Jaja Raharja, Ria Arifianti (2015). “ Analisis Saluran Distribusi Hypermarket Di Kota Bandung” Di download dari <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/11542/5333>
- Jurnal M. Hafizk Setyadi, Ahmad Fauzi (2015) “ Analisis Rancangan, Seleksi, Dan Pelaksanaan Saluran Distribusi Internasional Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Luar Negeri” Di download dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/926/1110>

Jurnal Ainur mansururi Fadli, Ahmac Fauzi, Dahlan Fanani, (2014) “ Efektivitas Distribusi Fisik Dalam Meningkatkan Penjualan”. Di Download dari file:///C:/Users/Notebook/Downloads/Documents/307-1280-1-PB.pdf

Skripsi Amalia Rahmah. (2015). “ Saluran Distribusi Pada PT. Astra International TBK. Honda Cabang Yogyakarta”, Didownload dari https://eprints.uny.ac.id/28107/1/AmaliaRahmah_128081013420.pdf

Skripsi Oky Ardianta. (2013). “Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Salama Nusantara”.

<https://eprints.uny.ac.id/16159/1/Okky%20Ardiyanta.pdf> pada tanggal 4 januari 2019 di Gorontalo