

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Selama ini problematika yang dihadapi PT. Garam disebabkan oleh beberapa permasalahan utama, yaitu salah satunya aspek pemasaran, aspek tenaga kerja dan produksi dari ketiga aspek tersebut hal yang dapat dilakukan sebagai solusi PT. Garam pada aspek promosi yaitu dengan mereview harga pasaran, meningkatkan kualitas produk, dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
2. Pada aspek tenaga kerja hal yang dapat dilakukan sebagai solusi yaitu memberikan insentif berupa bonus, dengan begitu para tenaga kerja mampu memberikan yang terbaik sehingga dapat menambah produktifitas dan juga dapat melakukan mekanisasi alat-alat agar memudahkan para pekerja dalam melakukan kegiatan produksi yang nantinya akan berpengaruh pada kualitas produk.
2. Pada aspek produksi hal yang dapat dilakukan sebagai solusi untuk mengurangi kendala dalam pengelolaan yaitu dengan mekanisasi alat-alat, dengan melakukan mekanisasi maka dapat menambah produktifitas garam, sehingga dapat menambah volume penjualan dan juga mampu mengurangi maupun mengatasi kegiatan import garam.
3. Hasil temuan mengenai pengaruh biaya promosi terhadap volume

penjualan bahwa biaya promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan garam pada PT. Garam Surabaya.

4. Hasil temuan mengenai pengaruh biaya tenaga kerja terhadap volume penjualan bahwa biaya tenaga kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan garam pada PT. Garam Surabaya.
5. Hasil temuan mengenai pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan bahwa biaya produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan garam pada PT. Garam Surabaya.
6. Secara simultan biaya promosi, biaya tenaga kerja dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan garam pada PT. Garam Surabaya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat yaitu:

1. Bagi Akademik semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan pengembangan ilmu bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada.
2. Bagi PT. Garam Surabaya senantiasa menambah biaya promosi agar memperluas dan memperbanyak target konsumen dan lebih sering diterapkan agar dapat merangsang calon pembeli. Dalam biaya tenaga kerja pengelolaan dana dengan cara yang tepat dapat berpengaruh positif terhadap volume

penjualan perusahaan, kemudian untuk biaya produksi, diharapkan PT. Garam Surabaya agar meningkatkan biaya produksi melalui optimalisasi biaya produksi dan bukan cara memaksimalkan biaya produksi sesuai dengan tingkat permintaan konsumen dalam kaitannya untuk meningkatkan volumepenjualan.

3. Bagi peneliti yang akan datang, penelitian ini dapat diperluas tidak terbatas pada PT. Garam Surabaya saja, akan tetapi bisa menambah objek penelitian di industri-indutri lain dengan memperluas variabel, karena masih banyak variabel yang bisa berpengaruh terhadap volume penjualan.