BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada PT. AkzoNobel WFA Indonesia pada seluruh bagian tentang prosedur penjualan cat dapat diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut :

1. PT. AkzoNobel WFA Indonesia telah menetapkan langkah / prosedur penjualan cat. Keempat langkah tersebut terdiri dari pembeli sudah terdaftar sebagai *customer* dengan mengirimkan data dan NPWP untuk mendapatkan *customer code*, mengirimkan PO ke PT. AkzoNobel, menerbitkan penawaran (*proforma invoice*) untuk dikonfirmasi, dan setelah dikonfirmasi pihak Akzo menerbitkan PO (*delivery order*) dan barang dikirim, kemudian diterbitkan invoice (tagihan).
2. Kendala yang dihadapi PT. AkzoNobel WFA Indonesia adalah *customer* mempunyai hutang yang belum dibayar atas pembelian sebelumnya, *customer* membeli barang tidak stok karena tidak *forecast order*, dan pembelian hanya melibatkan satu item saja dan dalam kemasan terkecil / pail, serta *customer* harus mengambil sendiri / menunggu pengiriman gabungan

5.2 Implikasi dan Saran Penelitian

5.2.1 Saran

Berikut ini saran penelitian yang dapat diberikan oleh penulis berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada PT. AkzoNobel WFA Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Menjalin komunikasi yang baik dengan customer dengan cara melakukan proses penagihan dan pembayaran barang yang telah ditentukan sesuai dengan invoice maupun faktur pajak.
2. Memanfaatkan fasilitas proses pembelian dan proses pengiriman gabungan sehingga seorang customer dapat mengetahui secara pasti tentang total hutang yang belum dibayar atas pembelian sebelumnya.
3. Memberitahukan kembali kepada customer apabila ada pembelian hanya satu item saja dan dalam kemasan terkecil / *pail* maka customer harus mengambil barang itu sendiri atau menunggu pengiriman gabungan.
4. Menjalin komunikasi yang baik dengan pihak perusahaan lain agar menjalankan tata cara penjualan yang telah ditentukan dengan baik agar tidak merugikan perusahaan, semua customer, dan pihak perusahaan lain itu sendiri.

5.2.2 Implikasi

Adapun implikasi yang dapat diberikan penulis untuk melakukan saran – saran di atas agar dapat terlaksana dengan baik adalah sebagai berikut :

1. PT. AkzoNobel WFA Indonesia perlu menerapkan sistem sarana informasi kepada masyarakat tentang prosedur penjualan cat.

2. PT. AkzoNobel WFA Indonesia perlu memberikan masukan dalam memperbaiki pelaksanaan penjualan cat agar jumlah konsumen yang bermasalah dalam membeli barang semakin berkurang dari waktu ke waktu.

3. PT. AkzoNobel WFA Indonesia harus rutin melakukan pengecekan jumlah invoice, faktur pajak dan juga mengirimkan tagihan yang dapat dilakukan kepada customer sesuai dengan permintaan customer.

4. PT. AkzoNobel WFA Indonesia sekitarnya perlu melakukan evaluasi terhadap tata cara penjualan yang dilakukan oleh bagian logistik maupun oleh pihak perusahaan yang lain agar tidak terjadi kesalahan saat melakukan pembayaran sehingga dapat merugikan banyak customer.

5. PT. AkzoNobel WFA Indonesia harus teliti saat melakukan pembelian dalam jumlah item yang tidak terlalu sedikit dan customer tidak menunggu pembelian gabungan.

Demikian penulisan Tugas Akhir ini disusun, semoga saran – saran yang diberikan dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan pertimbangan masukan bagi perusahaan agar lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

https://www.cermati.com/ diakses tanggal 11 Mei 2020

http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php diakses tanggal 11 Mei 2020

http://eprints.polsri.ac.id/ diakses tanggal 11 Mei 2020

https://accurate.id/ diakses tanggal 12 Mei 2020

Puspitasari, D. (2008). *Penjualan Jilid 2 Untuk Sekolah Menengah Kejuruan.* Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.

http://journal.unpar.ac.id/ diakses tanggal 11 Mei 2020

Wibowo, Arifin, & Sunarti (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis : Vol. 29 No. 1*, hal 60-62 diakses tanggal 16 Mei 2020

http://www.isei.or.id/ diakses tanggal 16 Mei 2020

Hakim; Lukman Nul (2013). Ulasan Metodologi Kuantitatif : Wawancara Terhadap Elit. *Jurnal Adaptasi Vol. 4 No. 2*, hal 167-171 diakses tanggal 16 Mei 2020

http://psikologi.fisip-unmul.ac.id diakses tanggal 16 Mei 2020

http://repository.upi.edu/ diakses tanggal 16 Mei 2020

https://mercubuana.ac.id/files/ diakses tanggal 16 Mei 2020

https://www.bi.go.id/id/Default.aspx diakses tanggal 16 Mei 2020

Noor, Zulki Zulkifli. (2010). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Yogyakarta : Deepublish Publisher.

https://en.m.wikipedia.org/wiki/AkzoNobel diakses tanggal 2 Juni 2020

https://markets.businessinsider.com/stocks/akzo_nobel/company-profile diakses tanggal 2 Juni 2020

Irawan, Indra (2009). *Teknologi Pengecatan*, Surabaya : Universitas Negeri Surabaya.

Sumarwan, Ujang; Djunaidi, Agus (2009). *Pemasaran Strategik : Strategi untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam Penetapan Nilai bagi Pemegang Saham*, Jakarta : Penerbit Inti Prima Promosindo.

Suyitno (2018). Metode Penelitian Kualitatif : Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya, Tulungagung : Akademia Pustaka.