

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Saat ini dapat diketahui bahwa perkembangan industri perkereta apian di Indonesia sudah berkembang dengan sangat pesat dibandingkan dengan awal berdirinya PT Industri Kereta Api Madiun (PT INKA).

Era dahulu indsutri kereta api masih sangat terbatas, baik dari segi jumlah maupun inovasi dari produknya, yang dimana produk buatan dalam negeri masih dianggap belum bisa memenuhi kebutuhan pasar, namun seiring dengan berjalannya waktu, kemajuan teknologi dan komitmen yang ditunjukkan PT INKA untuk berkembang lebih baik membuat PT INKA mampu bersaing dalam menghadapi pasar internasional dalam hal memenuhi kebutuhan kereta di dalam negeri maupun luar negeri.

1. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan PT INKA mempunyai komponen sebagai berikut :

a. Produk

Indovasi Produk yang dihasilkan PT INKA sudah dapat memenuhi ekspetasi konsumen, dengan berkembangnya varian-varian produk yang dimiliki PT INKA dan bahan baku yang dipakai memiliki kualitas yang baik serta teknologi yang dimiliki PT INKA dalam produksi kereta api sudah relevan di era sekarang ini.

b. Harga

PT INKA dalam penyusunan harga sesuai dengan surat keputusan dan surat edaran yang terkait dengan mekanisme penyusunan harga yang di dalamnya termasuk, mempertimbangkan target *Contribution Margin* (CM) sebesar 27%, harga pasar dan harga pesaing. Seluruh anggaran atau biaya yang diestimasi akan timbul sebelum, selama dan sesudah proses produksi diperhitungkan dalam harga jual kereta. Penetapan harga jual yang dilakukan PT INKA bertujuan agar mendapatkan keuntungan yang maksimum dan dapat menyesuaikan harga dengan banyak persaingan agar *buyer* semakin bertambah karena makin besarnya daya beli konsumen, akan semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan.

c. Distribusi

Saluran distribusi yang digunakan oleh PT INKA adalah saluran distribusi langsung tanpa melalui perantara sehingga produk langsung sampai ke tangan konsumen.

d. Promosi

Promosi yang diterapkan PT INKA adalah melalui internet/*website* dari perusahaan. *Buyer* bisa langsung membuka *websitenya* PT INKA www.inka.web.id, konsumen juga dapat datang langsung mengikuti pameran/*event* yang diikuti oleh PT INKA, promosi lainnya yang dilakukan PT INKA yaitu dengan metode komunikasi dua arah (*personal selling*) sehingga langsung bisa mendapat umpan balik dari konsumen.

4.2 Saran

Setelah mengadakan kegiatan magang dan observasi serta mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan tugas akhir ini, sekiranya penulis ingin memberikan saran yang mungkin dapat berguna bagi PT Industri Kereta Api Madiun (PT INKA). Saran yang ingin penulis kemukakan antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan PT INKA

- a) Komunikasi antar para karyawan dengan staf harus terjalin dengan baik demi kelancaran kinerja dan target yang dituju perusahaan dapat terlaksana. Terlebih seluruh kegiatan bisnis PT INKA melibatkan seluruh karyawan yang saling terintegrasi sehingga komunikasi yang baik dan jelas sangat diperlukan dalam mencapai tujuan perusahaan. Penulis melihat di PT INKA hal ini belum terlaksana dengan baik, komunikasi antar divisi yang kurang membuat beberapa pekerjaan menjadi terhambat yang menyebabkan kerugian bagi perusahaan.
- b) Renovasi fasilitas ruang kantor agar terlihat lebih modern dan nyaman, diharapkan pembaharuan fasilitas kantor yang lebih menunjukkan kesan modern dan menimbulkan semangat kerja serta merangsang kreatifitas karyawan dalam bekerja. Walaupun PT INKA merupakan perusahaan manufaktur yang berfokus pada produksi kereta api namun suasana kantor juga perlu diperhatikan, terlebih PT INKA merupakan perusahaan BUMN dan merupakan kantor pusat utama.

- c) Diharapkan bahan-bahan pembuatan kereta api lebih banyak menggunakan produk-produk dari dalam negeri, sehingga produk-produk dalam negeri dapat bersaing dan tidak kalah dengan produk dari luar negeri, serta juga dapat mendongkrak produk dalam negeri agar lebih dikenal di pasar internasional.
- d) Diharapkan PT INKA melakukan berbagai riset dalam pengembangan produknya semisal dengan riset pengembangan kereta *medium speed* dan *high-speed*, sehingga PT INKA bisa masuk ke pasar yang lebih bersaing dari pasar yang saat ini.

2. Bagi Akademis dan Mahasiswa

- a) Memperbanyak pembekalan bagi mahasiswa yang akan melaksanakan magang baik bersifat akademis maupun non akademis.
- b) Memperluas kerjasama ke depannya dengan perusahaan supaya mempermudah pelaksanaan proses magang.
- c) Hasil praktek dapat dijadikan sebagai bahan ajar di kurikulum sehingga materi yang disampaikan dapat bervariasi dan berkembang.
- d) Untuk mahasiswa pada tingkat selanjutnya yang ingin melaksanakan kegiatan magang, sebaiknya mempersiapkan diri dari jauh-jauh hari dalam hal finansial, mental maupun fisik.
- e) Sebaiknya para peserta magang menekankan etika dan komunikasi yang baik dalam perusahaan supaya tidak terjadi kritik dan konflik di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. Profil Perusahaan PT Industri Kereta Api Madiun, diakses pada tanggal 15 dan 20 April 2018 melalui www.inka.co.id
- Anomin. Strategi PT INKA Kuasai Pasar Kereta Api, diakses pada tanggal 25 April 2018 melalui www.merdeka.com
- Indrianto, Bayu. Strategi Ekspor PT Industri Kereta Api Madiun, diakses pada tanggal 15 April 2018 melalui <https://eprints.uns.ac.id>
- Deliyanti, Oentoro. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta. Lakbang PRESSindo
- Griffin, Ricky W dan Ronald J Ebert. 2007. Bisnis. Edisi 8. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI
- Sumarmi, Murti dan John Soeprihanto. 2010. Pengantar Bisnis. Edisi 5. Liberty. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: ANDI
- Wells, W., Jhon B., dan Sandra M. 2003. Periklanan. Edisi 6. Newjersey. Pearson education

Lampiran

Lampiran 1: Surat Keterangan Selesai Magang



SURAT KETERANGAN
No. 190/233.BS/INKA/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : ALIEF VEZA NABILA FACHRI
Nim : 15211067
Institusi : UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Prodi : MANAJEMEN

Telah selesai melaksanakan KERJA PRAKTEK di PT Industri Kereta Api (Persero) Madiun.
Mulai 01 Maret 2018 - 14 April 2018.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Madiun, 26 Juni 2018

PT INDUSTRI KERETA API (Persero)
Manager Pengembangan SDM



ERLINDA PERMATA SARI, M.Psi., Psi

Lampiran 3: Struktur Organisasi Divisi Pemasaran

