

BAB IV

PENUTUP

4.1 KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan diantaranya :

1. Berdasarkan bentuknya yang merupakan perusahaan perseroan (Persero) yaitu BUMN yang berbentuk perseroan terbatas PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero) tidak hanya memproduksi produk pupuk bersubsidi saja, akan tetapi perusahaan juga melakukan produksi produk pupuk non subsidi, produk pertanian, dan cairan kimia dengan tujuan untuk mendapatkan laba.
2. PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero) memiliki 23 kegiatan promosi pada tahun 2017 dimana kegiatan – kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang diharapkan dapat memperkenalkan produk subsidi maupun produk non subsidi dan ritel PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero) kepada para konsumen, dan diharapkan kegiatan tersebut juga dapat menciptakan peningkatan volume penjualan dari tahun sebelumnya.
3. Demplot (*Demonstration Plot*) merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero), dan Demplot dibedakan menjadi dua berdasarkan bentuknya yaitu :
 - a. Demplot subsidi, secara keseluruhan menggunakan produk – produk subsidi dalam proses awal kegiatan Demplot sampai dengan akhir kegiatan Demplot, dan titik lokasi Demplot ditentukan oleh PT. Pupuk Indonesia Holding Company (PIHC).
 - b. Demplot non subsidi, secara keseluruhan menggunakan produk – produk non subsidi & ritel dalam proses awal

kegiatan Demplot sampai dengan akhir kegiatan Demplot, dan titik lokasi Demplot ditentukan oleh PT. Pupuk Kujang, bukan ditentukan oleh PT. Pupuk Indonesia Holding Company (PIHC).

4. Produk Non Subsidi dan Ritel yang selalu digunakan dalam kegiatan Demonstration Plot (Demplot) PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero) diantaranya :
 - a. Nitrea (Pupuk Urea)
 - b. KCL
 - c. Jeranti
 - d. Bion Up
 - e. Pareku
 - f. NPK 30.6.8
5. Proses dalam kegiatan *Demonstration Plot* terdiri atas 5 proses diantaranya :
 - a. Penetapan lahan yang akan dilakukan kegiatan Demplot.
 - b. Melakukan pemupukan pada areal lahan Demplot.
 - c. Melakukan kegiatan sosialisasi beserta pemberian materi mengenai product knowledge.
 - d. Melakukan pemantauan pada areal lahan Demplot.
 - e. Melakukan panen raya.
6. Berdasarkan tabel volume penjualan tahun 2014 s.d Mar 2017 dan hasil wawancara dengan kepala bagian promosi dan komunikasi produk PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero), Demplot secara komprehensif merupakan kegiatan promosi yang memberikan pengaruh cukup besar dalam upaya terciptanya peningkatan volume penjualan dari tahun sebelumnya.
7. Penyumbang pendapatan terbesar pada produk Non Subsidi dan Ritel adalah Produk NPK 30.6.8 dengan persentase 15,23 % pada tahun 2015 s.d 2016.

4.2 SARAN

Saran yang diberikan penulis untuk PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero) diantaranya :

1. Menambah kegiatan promosi atas dasar dalam upaya terciptanya, dikenalnya produk hasil produksi PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero) baik dikalangan para petani (profesi) maupun masyarakat yang memiliki hobi pada bidang pertanian dan perkebunan.
2. Meningkatkan efektifitas dalam setiap aspek kegiatan promosi yang telah ditetapkan oleh PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero).
3. Meningkatkan kegiatan pemberian pemahaman – pemahaman dibidang pertanian kepada para petani seperti pemahaman mengenai penanganan hama, pemupukan yang benar, dan manfaat dari setiap produk yang digunakan. Dengan tujuan para petani dapat teredukasi untuk dapat melakukan kegiatan pertaniannya dengan efektif guna terciptanya peningkatan hasil panen.
4. Memperluas pangsa pasar produk Non Subsidi dan Ritel ke lingkungan yang lebih besar, seperti memulai membidik pangsa pasar ASEAN.
5. Memperluas titik lokasi Demplot Non Subsidi pada Kabupaten, dan Daerah yang memiliki potensi besar pada penjualan produk Non Subsidi dan Ritel PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero).
6. Melakukan pemerataan dalam penggunaan produk non subsidi dan ritel pada dosis pemupukan Demplot, agar para petani mampu mengenal seluruh produk non subsidi dan ritel hasil produksi PT. Pupuk Kujang Cikampek (Persero).