

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data-data yang telah penulis sajikan pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab terakhir ini penulis akan menyimpulkan dan memberikan saran-saran sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan guna pemecahan masalah yang dihadapi oleh pabrik tempe Pakde Palembang dalam usaha meningkatkan volume penjualan.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis strategi bauran pemasaran yang telah di terapkan pabrik tempe Pakde Palembang maka dapat disimpulkan:

1. Strategi produk, setelah mengetahui *Positioning product* dipasar, dimana semua produk yang di produksi sama dengan pesaing, yang membedakan produk Pakde dengan yang lain adalah Pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga membuat tempe Pakde dikenal karena Pelayanan yang baik dan diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan, Pakde juga menggunakan kemasan yang baik agar produk dapat bertahan lebih lama.
2. Strategi Harga, pabrik tempe Pakde menggunakan *standard mark-up pricing* yaitu metode penetapan yang berorientasi dimana biaya ditentukan oleh biaya produksi dan menggunakan Strategi *Fleksibilitas* dan pemberian diskon jika melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak.
3. Strategi Promosi yang digunakan yaitu strategi *personall seling* atau penjualan langsung ke konsumen agar konsumen lebih tahu tentang produk yang di pasarkan. Publisitas, dimana perusahaan terkadang diliput media televisi tanpa diminta bayaran yang secara tidak langsung dapat mengenalkan produk ke orang banyak.
4. Strategi saluran distribusi, mengguankan Saluran distribusi tidak Langsung dengan menggunakan pengecer yang ada di beberapa pasar dan pabrik tempe Pakde juga menjual produk nya langsung di pasar Jakabaring Palembang.

5.2 Saran

Dalam hal ini, penulis mencoba memberikan saran-saran yang bertujuan sebagai masukan yang bermanfaat kepada pabrik tempe Pakde Palembang. Saran-saran yang penulis berikan sebagai berikut:

1. Strategi Produk, membuat diversifikasi produk agar dapat menambah nilai guna pada tempe dengan konsekuensi modal yang dibutuhkan tidak sedikit.
2. Strategi Harga, pemberian diskon untuk konsumen yang membeli dengan kuantitas yang lebih dari biasanya.
3. Strategi promosi, Melakukan promosi ke beberapa tempat baru seperti Paguyuban gorengan yang ada dikota Palembang.
4. Strategi Saluran distribusi, dapat dengan mengecer ke Paguyuban Gorengan, menjual sendiri kepasar-pasar dengan harapan menambah volume penjualan dan mengurangi penjualan ke pengecer yang tidak dapat menghabiskan produk dalam penjualannya.