BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. CV. Kiniko Enterprise merupakan salah satu industri menengah di Kabupaten Tanah Datar yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman tradisional dengan 22 orang tenaga kerja. Kopi Kiniko merupakan kopi pertama yang mendapatkan Standar Nasional Indonesia (SNI) di Sumatera Barat. Bahan baku didapatkan dari pemasok yang tinggal di sekitar tempat produksi. Menurut konsumen, Kopi Kiniko memiliki kualitas produk yang baik dan merek yang telah dikenal masyarakat. Selain itu, Kopi Kiniko merupakan kopi dengan harga yang murah yaitu Rp. 40.000,00 untuk berat 235 gr, 90 gr, 45 gr, sedangkan untuk kopi sachet dijual dengan harga Rp 8.000,00. Kopi Kiniko masih menggunakan kemasan plastik biasa yang disablon, sementara kopi-kopi yang lain sudah menggunakan kemasan yang lebih baik yaitu alumunium foil. Penetapan harga dihitung dengan biaya tambahan ditambah laba yang diinginkan. Distribusi yang digunakan adalah distribusi langsung dan tidak langsung. Kopi Kiniko telah melakukan kegiatan promosi. DISPERINDAG merupakan salah satu lembaga yang berperan penting dalam pengembangan CV. Kiniko Enterprise dengan memberikan bantuan, pelatihan-pelatihan untuk UMKM, kesempatan mengikuti pameran ekspo dan bazar sehingga membantu memperkenalkan dan memasarkan produk kopi Kiniko pada masyarakat.
2. Berdasarkan analisis SWOT diperoleh 7 (tujuh) strategi yaitu : (1) memperluas daerah pemasaran produk seperti semua kabupaten yang ada di Sumatera Barat dan daerah potensial lainnya, (2) meningkatkan daya tarik produk dengan menggunakan kemasan yang lebih baik dan menarik, (3) melakukan promosi yang lebih intensif serta mengikuti bazar dan pameran,

(4) tetap menjaga kualitas, aroma dan cita rasa produk dan harga yang kompetitif agar pelanggan tetap setia mengkonsumsi Kopi Kiniko, (5) memperbaiki kemasan produk dengan kemasan yang lebih menarik, (6) meningkatkan kinerja tenaga kerja pemasaran agar mampu memperluas wilayah pemasaran, serta (7) memberikan bonus atau meningkatkan potongan harga untuk memotivasi distributor agar selalu bekerjasama dengan pihak usaha. Sedangkan strategi prioritas CV. Kiniko Enterprise adalah memperluas daerah pemasaran produk ke semua kabupaten yang ada di Sumatera Barat dan daerah potensial lainnya, serta meningkatkan kinerja tenaga kerja pemasaran agar mampu memperluas wilayah pemasaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Melaksanakan strategi pemasaran yang telah ditetapkan yaitu memperluas daerah pemasaran produk ke semua kabupaten yang ada di Sumatera Barat dan daerah potensial lainnya dengan cara bekerja sama dengan koperasi-koperasi yang ada, swalayan, toko eceran dan dinas Perindustrian dan Perdagangan.
2. Meningkatkan kinerja tenaga kerja pemasaran agar mampu memperluas wilayah pemasaran dengan cara memberikan pelatihan atau magang secara kontinu dan terprogramkan bagi tenaga kerja.