

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

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

1. Usaha Coklat Adam memiliki faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pemasaran Coklat Adam yaitu:
  - a. Lingkungan internal (Kekuatan dan Kelemahan), faktor strategis internal yang menjadi kekuatan bagi perusahaan adalah: Coklat Adam dibuat dengan tidak menggunakan bahan pengawet, mempunyai varian produk olahan, mutu produk yang dihasilkan baik, Coklat Adam memiliki rasa yang enak dan aroma yang khas, memiliki label halal dan terdaftar di Badan POM Kesehatan. Sedangkan dari segi harga nya, industri Coklat Adam memberikan potongan harga (diskon) jika membeli dalam jumlah yang banyak. Untuk pendistribusian Coklat Adam telah memiliki pedagang pengecer dan memiliki lokasi yang strategis. Promosi Coklat Adam telah melakukan periklanan melalui koran, pameran dan memiliki papan nama usaha. Faktor strategis internal yang menjadi kelemahan bagi usaha tersebut yaitu: sablon kemasan yang kurang menarik, harga yang ditawarkan relatif mahal, sulitnya memperoleh produk, daerah distribusi dalam Kabupaten Padang Pariaman masih terbatas dan kegiatan promosi yang belum terprogram dengan baik.
  - b. Lingkungan eksternal (peluang dan ancaman), faktor strategis Eksternal yang menjadi peluang bagi perusahaan adalah : mempunyai varian produk yang lebih banyak dibandingkan dengan pesaing, tidak ada pesaing lokal yang menghasilkan produk yang sama, gaya hidup sehat masyarakat, masih ada peluang pasar yang belum dijangkau, pelanggan atau konsumen bisa memesan produk sesuai dengan keinginan, adanya dukungan pemerintah setempat, adanya kios atau lapau Coklat Adam yang mudah ditemui. Faktor strategis eksternal yang menjadi ancaman bagi perusahaan yaitu: harga jual produk pesaing lebih murah,

konsumen lebih cermat dan efektif dalam memilih produk, menurunnya daya beli masyarakat dan pedagang pengecer yang ada pada usaha Coklat Adam masih sedikit.

2. Berdasarkan analisis SWOT yang diperoleh terdapat lima strategi yang dapat digunakan oleh usaha Coklat Adam untuk dapat meningkatkan volume penjualannya yaitu: (1) memperluas daerah pemasaran Coklat Adam dengan membuka toko sendiri dan kerjasama dengan pusat oleh-oleh yang tersebar di Kabupaten Padang Pariaman (2)Memperluas daerah pendistribusian, dengan selalu bekerjasama dengan pemerintah setempat serta selalu mengikuti pameran (3) Melakukan promosi yang lebih intensif lagi dengan memperbaiki kemasan produk yang lebih menarik dan memperkenalkan produk melalui berbagai iklan dan internet (*website*), (4) memperbanyak pedagang pengecer dan meningkatkan pelayanan serta mutu produk agar konsumen tetap setia mengkonsumsi produk Coklat Adam (5) Memvariasikan harga produk untuk memertahankan daya beli masyarakat.

Sedangkan strategi prioritas yang harus dilakukan usaha Coklat Adam adalah dengan melakukan promosi yang lebih intensif lagi dengan memperbaiki kemasan produk yang lebih menarik dan memperkenalkan produk melalui berbagai iklan dan internet (*website*), dengan nilai TAS 6,394.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka usaha Coklat Adam diharapkan dapat melaksanakan strategi pemasaran yang telah ditetapkan yaitu dengan melakukan promosi yang lebih intensif lagi dengan memperkenalkan produk melalui iklan, internet (*website*), untuk dapat membantu usaha meningkatkan volume penjualan Coklat Adam.