

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis strategi bauran pemasaran produk jahe merah instan pada Usaha Adil di Kota Padang, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelaksanaan bauran pemasaran Usaha Adil yang diterapkan selama ini meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi. Produk utama Usaha Adil adalah jahe merah instan dengan harga yang ditetapkan berdasarkan pertimbangan biaya produksi dengan profit yang akan diperoleh, jadi Usaha Adil menetapkan harga sedikit lebih tinggi dibandingkan harga pesaing dengan selisih harga sebesar Rp 1000. Usaha Adil melaksanakan promosi dengan melakukan penjualan langsung kepada konsumen (*personal selling*) dan memasang iklan melalui media massa seperti surat kabar dan radio sampai tahun 2012. Produk minuman jahe merah instan dipasarkan di Kota Padang melalui *retailer* atau pengecer dalam jumlah yang cukup banyak yaitu ke 40 toko/swalayan yang tersebar di Kota Padang.
2. Penilaian konsumen terhadap pelaksanaan bauran pemasaran produk jahe merah instan cukup beragam. Dari aspek produk, jahe merah instan sudah dinilai baik oleh responden yaitu menyangkut dengan kualitas, sedangkan yang dinilai kurang baik oleh responden adalah variasi dari produk minuman jahe merah instan. Untuk harga, penilaian konsumen terhadap harga sudah cukup baik, harga yang ditawarkan oleh Usaha Adil sudah sesuai dengan harapan konsumen, karena sebanding pula dengan kualitas yang didapatkan oleh konsumen. Untuk promosi, penilaian konsumen terhadap kegiatan promosi kurang baik, karena kegiatan promosi tidak kontinyu dan belum efektif, artinya belum bisa memenuhi kebutuhan konsumen akan informasi produk. Untuk pendistribusian produk, sebagian besar responden sudah menyatakan baik, karena lokasi pembelian mudah dijangkau oleh konsumen.
3. Alternatif strategi bauran pemasaran yang dapat dijadikan rekomendasi bagi Usaha Adil yaitu dengan menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan tetap menjaga keamanan produk melalui kemasan, tetap memberikan produk dengan kualitas terbaik yang alami, sehat dan aman, serta

mengoptimalkan kegiatan promosi untuk menjangkau pasar, kemudian menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan, meningkatkan jumlah *retailer* atau pengecer di luar wilayah kota Padang dan menciptakan produk yang berbeda dari pesaing dari segi rasa dan kemasan, walaupun masih produk sejenis.

B. Saran

Usaha Adil sebaiknya melakukan perbaikan pada kegiatan promosi. Mayoritas dari konsumen menilai bahwa kegiatan promosi belum efektif. Untuk itu Usaha Adil sebaiknya lebih intensif melaksanakan kegiatan promosinya, misalnya melalui promosi penjualan berupa potongan harga atau melakukan promosi melalui media sosial. Kemudian menggiatkan kembali promosi melalui media massa dan periklanan, karena masih banyak konsumen yang belum mengetahui tentang informasi produk. Hal ini dilakukan agar Usaha Adil mampu menarik konsumen lebih banyak lagi dan mempertahankan konsumen yang ada.

Usaha Adil juga harus mampu menjangkau pasar lebih luas lagi, karena masih ada peluang pasar yang belum dijangkau. Dengan kualitas produk yang baik, harusnya Usaha Adil mampu menembus pasar di luar wilayah Kota Padang, namun karena adanya ketakutan dari pemilik usaha dengan biaya produksi yang cukup tinggi, pemilik usaha belum merencanakan pemasaran untuk ke luar wilayah Kota Padang, karena akan membutuhkan biaya pemasaran yang cukup besar. Oleh karena itu, jangkauan pasar untuk saat ini masih di Kota Padang.