

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini :

1. Produk yang dipasarkan masih sederhana yang dikemas dengan plastik biasa volume 1 dan 5 liter. Untuk susu segar dan pasteurisasi murni belum menggunakan label, sedangkan memberi label pada produk susu olahan aneka rasa hanya dilakukan oleh kelompok tani ternak Permata Ibu.
2. Harga menggunakan metode penetapan harga pasar dan harga diatas harga pesaing. Harga jual susu segar berkisar Rp 7.000,00-Rp 10.000,00/liter sedangkan harga jual susu pasteurisasi Rp 12.000/liter. Kelompok tani Sapi Perah Kota Padang Panjang tidak melakukan potongan harga kepada konsumen maupun pelanggan.
3. Jenis promosi yang dilakukan adalah *personal selling* (tatap muka). Media promosi yang dilakukan menggunakan facebook(media sosial).
4. Distribusi dilakukan secara saluran langsung (peternak-konsumen) dan saluran tidak langsung (peternak-pedagang besar-pengecer-konsumen. Adanya pedagang besar dan pengecer, memudahkan produk yang dilakukan sampai ke tangan konsumen. Lembaga pemasaran yang terlibat pedagang besar dan pengecer.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian selama lebih kurang sebulan, peneliti dapat memberikan saran memperbaiki sistem pengemasan produk menjadi lebih menarik dan memvariasikan kemasan produk sehingga dapat menciptakan produk yang mempunyai ciri khas tertentu dan dapat dibedakan dari produk pesaing, dan meningkatkan kualitas produk serta menciptakan nilai tambah produk. Meningkatkan kegiatan promosi baik melalui media cetak maupun media masa untuk lebih mengenal produk dan meningkatkan penjualan, memberikan diskon atau potongan harga pada pedagang untuk tingkat pembelian tertentu dan memberikan bonus musiman, serta pihak usaha perlu memperluas jangkauan pasar.

