

## BAB V

### PENUTUP

Berdasarkan uraian diatas, ada beberapa hal yang disimpulkan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

#### 5.1 Kesimpulan

5.1.1 Perusahaan telah menghadirkan pendekatan yang terstruktur dan berkesinambungan dalam upaya pemasaran produk kecap mereka. Fokus pada kualitas dan variasi rasa kecap dengan desain kemasan yang menarik, serta perhatian terhadap aspek keamanan pangan, telah meningkatkan daya tarik dan kredibilitas produk di mata pelanggan. Penetapan harga yang kompetitif dan strategi promosi yang aktif telah membantu perusahaan untuk tetap bersaing di pasar dan menarik perhatian pelanggan baru. Distribusi produk yang efisien dan kerjasama dengan distributor lokal memastikan ketersediaan produk kecap di berbagai tempat di Kota Padang. Perhatian terhadap proses produksi yang efisien dan pelatihan staf dalam memberikan pelayanan yang baik mencerminkan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, perhatian terhadap bukti fisik seperti kemasan menarik dan tempat penjualan yang bersih dan terawat menciptakan kesan positif bagi pelanggan. Dengan demikian, strategi bauran pemasaran yang diimplementasikan oleh CV Cipta Maju Bersama telah berhasil menyatukan komponen-komponen pemasaran secara holistik, mengoptimalkan potensi pasar, dan menciptakan pengalaman positif

bagi pelanggan, yang menjadi fondasi kuat untuk pertumbuhan bisnis perusahaan dan memperkuat posisi mereka di industri kecap.

5.1.2 Perusahaan telah berhasil mencapai fokus yang kuat pada aspek produk dengan menghadirkan kecap berkualitas tinggi dan beragam varian rasa, serta kemasan yang menarik dan informatif yang meningkatkan daya tarik produk di pasar. Di sisi harga, penetapan harga kompetitif dan program promosi yang cerdas membantu meningkatkan daya saing dan menarik pelanggan baru, sementara upaya dalam distribusi produk memastikan ketersediaan kecap di berbagai lokasi untuk mudah diakses oleh konsumen. Aktivitas promosi yang aktif di berbagai media telah berhasil meningkatkan kesadaran dan popularitas produk kecap mereka. Selain itu, perusahaan menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan kepuasan pelanggan dengan menjalankan proses produksi yang efisien, melatih staf dengan baik, dan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Bukti fisik yang terawat dengan baik, termasuk kemasan dan tempat penjualan, juga memberikan kesan positif bagi pelanggan mengenai profesionalisme dan keamanan produk. Secara keseluruhan, strategi yang solid ini telah berhasil menyatukan semua elemen penting dalam pemasaran, membawa kesuksesan bagi CV Cipta Maju Bersama dengan meningkatkan daya saing produk, membangun kesadaran pelanggan, dan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

## 5.2 Saran

5.2.1 Kepada pemilik pabrik kecap CV cipta maju bersama, disarankan agar senantiasa memfokuskan perhatiannya dalam menekuni, meningkatkan kinerja dengan lebih giat, dan terus berinovasi dalam menjalankan usaha pabrik kecap yang telah dijalankan, terutama dalam meningkatkan kualitas produk kecap, memperluas jangkauan pasar, dan mengembangkan varian produk yang lebih beragam, serta menggunakan penghasilan yang diperoleh dari pabrik kecap sebagai modal untuk perkembangan usaha kecap yang lebih maju dan berkembang pesat, dan bukan hanya sebagai keperluan pribadi semata, dengan tujuan agar usaha kecap semakin sukses dan berkembang, serta memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas.

5.2.2 Dalam rangka memajukan usaha pabrik kecap, kami menghimbau kepada seluruh masyarakat sekitar pabrik kecap untuk terus mendorong kemajuan dalam usaha pabrik kecap, sebab tingkat kesejahteraan dari usaha pabrik kecap ini memang menjanjikan, terlebih lagi bisa memberikan penghasilan tambahan bagi masyarakat yang merasa kesulitan dalam mencari pekerjaan. Dengan adanya dukungan dari masyarakat sekitar, pabrik kecap bisa terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produknya, sehingga bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan memberikan manfaat yang optimal bagi seluruh pihak yang terlibat.

5.2.3 Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan memberikan kontribusi dalam mengembangkan pengetahuan dan pemahaman tentang strategi marketing pada usaha pabrik kecap dengan melihat contoh kasus pada pabrik kecap CV Cipta Maju Bersama. Penulis mengharapkan agar peneliti selanjutnya mampu mengumpulkan data dan informasi yang akurat serta relevan dengan tujuan penelitian, dengan metode dan teknik yang tepat guna, dan memastikan bahwa analisis data dan interpretasi hasil penelitian dilakukan secara objektif dan teliti. Selain itu, penulis juga menyarankan agar peneliti selanjutnya memperhatikan aspek keberlanjutan usaha pabrik kecap, seperti ketersediaan bahan baku dan keberlanjutan lingkungan, serta mempertimbangkan penggunaan teknologi yang lebih efisien dan ramah lingkungan dalam proses produksi. Dengan begitu, penelitian yang dilakukan memberikan rekomendasi yang berguna bagi pengambil kebijakan dan stakeholders terkait dalam memperbaiki strategi marketing dan memperkuat daya saing usaha pabrik kecap di masa depan.



