

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Usaha Cokelat Malibou memiliki faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pemasaran Cokelat Malibou yaitu:

a. Faktor strategis internal yang menjadi kekuatan bagi perusahaan adalah: Cokelat Malibou dibuat tanpa menggunakan pengawet, memiliki beberapa varian produk, mutu produk yang dihasilkan baik, Cokelat Malibou memiliki rasa yang enak dan aroma yang khas, memiliki label halal dan terdaftar di Badan POM Kesehatan, sablon kemasan yang menarik, Cokelat Malibou memberikan potongan harga (diskon) untuk pembelian dalam jumlah tertentu, Cokelat Malibou telah memiliki pedagang pengecer, Cokelat Malibou telah melakukan promosi melalui koran, pameran, instagram, dan memiliki papan nama usaha. Faktor strategis internal yang menjadi kelemahan bagi usaha tersebut yaitu: rasa cokelat yang kurang enak, harga yang ditawarkan relatif mahal, sistem pembayaran hanya bisa dilakukan dengan tunai, sulit memperoleh produk, daerah distribusi Kab. Padang Pariaman masih terbatas, kegiatan promosi yang belum terprogram dengan baik.

b. Faktor strategis Eksternal yang menjadi peluang bagi perusahaan adalah: tidak ada pesaing lokal yang menghasilkan produk yang sejenis, memiliki beberapa varian produk, gaya hidup sehat masyarakat, masih ada peluang pasar yang belum dijangkau, pelanggan atau konsumen bisa memesan produk sesuai keinginan, adanya dukungan pemerintah setempat, adanya kios atau Lapau Cokelat Malibou. Faktor strategis eksternal yang menjadi ancaman bagi perusahaan yaitu: varian rasa produk pesaing lebih banyak, konsumen lebih cermat dalam memilih produk, menurunnya daya beli masyarakat, pedagang pengecer yang ada pada Usaha Cokelat Malibou masih sedikit.

2. Terdapat empat strategi yang dapat digunakan oleh usaha Cokelat Malibou untuk dapat meningkatkan volume penjualannya yaitu: (1). Melakukan

promosi yang lebih intensif lagi dengan memperkenalkan produk melalui berbagai iklan di media sosial, (2). Melakukan pendekatan kepada pengecer melalui kerjasama dengan distributor dan pedagang pengecer yang berada di dalam wilayah pemasaran (3). Melakukan inovasi dengan menambah jenis produk dan varian rasa namun dengan tetap mengutamakan tingkat penerimaan konsumen (4). Meningkatkan daya tarik produk dengan cara memperbarui rancangan atau desain kemasan dengan mencantumkan label BPOM.

Strategi prioritas yang harus dilakukan usaha Cokelat Malibou adalah melakukan promosi secara intensif melalui perbaikan kemasan produk agar lebih menarik dan memperkenalkan produk melalui iklan diberbagai media sosial.

B. Saran

Usaha Cokelat Malibou diharapkan dapat melaksanakan strategi pemasaran yang telah ditetapkan yaitu dengan melakukan promosi secara intensif melalui perbaikan kemasan produk agar lebih menarik dan memperkenalkan produk melalui iklan diberbagai media sosial, agar produk lebih dikenal masyarakat.

