

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari penelitian *marketing mix* PT Anugerah Gala Persada ini dapat disimpulkan bahwa diperlukan pembenahan tindakan pemasaran dari aspek promosi. Komponen ini termasuk penting dalam pemasaran karena dengan promosi, calon konsumen bisa mengetahui tentang produk dan profil perusahaan. Promosi yang menarik bisa membuat calon konsumen menjadi konsumen perusahaan. Promosi yang menarik juga bisa terus membuat konsumen yang sudah pernah membeli produk menjadi konsumen yang lebih loyal kepada produk Dua Rajawali. Kegiatan promosi yang akan dilakukan terutama untuk memperbesar *share of voice* di pasar-pasar modern yang bekerjasama dengan perusahaan. Berikutnya adalah dengan mengadakan even pembagian *tester* produk untuk para pengunjung pasar modern sehingga pengunjung bisa mencoba produk Dua Rajawali. Even ini akan dilakukan secara berkala di pasar-pasar modern.

Hal lain yang perlu diperhatikan adalah di dalam aspek harga. Dari penelitian beberapa konsumen ingin membeli dalam jumlah besar namun perusahaan belum pernah memberikan diskon harga untuk pembelian jumlah besar sehingga konsumen cenderung membeli dalam jumlah kecil.

6.2 Saran

6.2.1 Saran untuk Manajemen

Seperti hasil kesimpulan diatas bahwa aspek promosi dalam *marketing mix* masih perlu dibenahi. Dengan membenahi promosi maka diharapkan calon konsumen bisa mengetahui produk Dua Rajawali dan meningkatkan *mind share* tentang produk Dua Rajawali. Lalu dalam aspek harga harus dipertimbangkan pula pemberian potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu. Hal ini bisa menjadi insentif, terutama bagi konsumen pemilik usaha makanan yang membutuhkan bawang goreng dalam usaha sehari-harinya, untuk meningkatkan penjualan.

6.2.2 Saran Untuk Penelitian Berikutnya

Penelitian selanjutnya bisa meneliti masing-masing aspek dalam *marketing mix* secara lebih spesifik, contohnya pemilihan saluran distribusi dan pemilihan strategi promosi yang menarik.

6.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki beberapa keterbatasan. Salah satu keterbatasan yang dialami adalah kurang bisanya penelitian ini menggali informasi dari konsumen karena kurang antusiasnya mereka dalam menjawab pertanyaan wawancara. Hal ini tertolong oleh para *store manager* yang bisa memberikan masukan dan kritikan lebih mengenai produk Dua Rajawali.