

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka strategi bauran pemasaran pada sirup pala segers adalah sebagai berikut :

1. Produk sirup pala pada botol dengan ukuran 600 ml dengan di bungkus keranjang bambu. Dalam 1 kali produksi setiap minggu sirup pala mencapai 250 botol dengan target penjualan 1000 botol per bulan. Sirup pala di pasarkan kepada konsumen langsung atau melalui pengecer, agen, dan distributor.
2. Harga ditentukan oleh informasi pasar dan kekayaan laba yang diterima.
3. Lokasi produksi dan toko penjualan sangat strategis karena di daerah kota dan dekat dengan pasar tradisional dengan infrastruktur yang baik. Adapun pembelian bisa langsung ke outlet atau tempat produksi dan bisa di temukan di outlet terdekat atau toko oleh-oleh khas Sukabumi.
4. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan sirup pala segers dengan dua cara yaitu secara langsung atau *personal selling* dan secara tidak langsung yaitu menggunakan media cetak seperti brosur, dan media sosial seperti Blog, Facebook, Instagram, dan *Whatsapp*.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk menghilangkan kejenuhan pelanggan dalam melihat produk yang kemasannya dan rasanya hanya itu saja, maka perusahaan sirup pala Segers perlu inovasi dari segi kemasan seperti menggunakan botol ramah lingkungan dengan berbagai ukuran yang lebih praktis yang siap minum dan varian rasa seperti mengkolaborasikan dengan rasa buah untuk lebih menarik konsumen.

2. Promosi dengan edukasi dan manfaat pala lebih menarik, sehingga masyarakat lebih mengenal dan mengkonsumsi produk dari buah khas Sukabumi.