

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan judul analisis strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis pada Industri Kecap Cap Kuda Mahkota memberikan kesimpulan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan Industri Kecap Cap Kuda Mahkota dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran yang meliputi empat unsur: produk (*product*), strategi yang diterapkan dalam produk, yaitu dengan mengutamakan kualitas dari bahan baku, kekentalan kecap, dan ciri khas rasa yang dimiliki; harga (*price*), strategi harga yang dilakukan, yaitu dengan menyesuaikan harga dari bahan baku dan dengan harga yang ada di pasaran; promosi (*promotion*), strategi promosi yang dilakukan, yaitu promosi dari mulut ke mulut, door to door, dan bekerja sama dengan pihak agen untuk mempromosikan produknya. Selain itu juga memberikan bonus berupa sendok, gelas, atau piring kepada konsumen yang membeli kecap ukuran 600ml; distribusi (*place*), strategi distribusi yang diterapkan, yaitu dengan saluran distribusi langsung dan distribusi tidak langsung.
2. Kendala yang dihadapi Industri Kecap Cap Kuda Mahkota dalam menghadapi persaingan bisnis dibagi menjadi dua yaitu: a) Kendala

Internal yang meliputi : 1) kurangnya varian kemasan, 2) kurangnya strategi promosi. b) Kendala Eksternal yang meliputi: (1) ketidakpastian ketersediaan bahan baku, (2) meningkatnya pesaing baru.

3. Solusi Industri Kecap Cap Kuda Mahkota dalam menghadapi persaingan bisnis dibagi menjadi dua: a) Solusi mengatasi kendala internal meliputi: 1) menambah varian kemasan, 2) menambah media promosi. b) Solusi mengatasi kendala eksternal meliputi: (1) menyimpan bahan bakau sebagai barang cadangan, (2) meningkatkan kualitas produk.

## **B. Saran**

1. Lebih meningkatkan strategi promosi mungkin dengan menggunakan media cetak atau sosial agar produk Kecap Cap Kuda Mahkota lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Lebih memperluas lagi cakupan distribusi agar penjual lebih meningkat.
3. Harus bisa mempertahankan pelanggan, jangan samapi mengecewakan pelanggan. Bagaimana caranya agar pelanggan bisa bertambah.