

## **BAB V**

### **KESIMPULANAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari program yang telah dilakukan, hasil penilaian apakah benar kurangnya promosi, harganya mahal, ketersediaan barang, dan adanya kompetitor menjadi penyebab belum optimalnya pencapaian target penetrasi produk Tropicana Slim di (horeka), antara lain adalah :

1. Dari hasil program yang telah dilakukan, belum optimalnya penetrasi produk Tropicana Slim karena kurangnya program aktifasi yang dilakukan di horeka.
2. Teridentifikasinya beberapa faktor penyebab belum optimalnya penetrasi produk di horeka karena harga yang lebih tinggi dari kompetitor, ketersediaan barang yang disebabkan karena tidak adanya kunjungan salesman untuk membantu menawarkan produk, dan karena adanya kompetitor yang hadir dengan promo dan harga lebih menarik.
3. Dengan memberikan hasil laporan berupa solusi penetrasi produk yang sudah dikaitkan dengan teori pemasaran untuk diberikan kepada PT Nutrifood sebagai acuan informasi supaya bisa membuat strategi yang tepat sehingga tercapainya titik penetrasi produk yang diharapkan oleh perusahaan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka penulis memberikan saran untuk :

- a. Meningkatkan promosi yang banyak di channel horeka, sehingga anak muda sebagai target market dihoreka bisa lebih tau tentang Tropicana Slim.
- b. Membuat diskon untuk pengenalan produk baru sehingga secara harga lebih bisa diterima.
- c. Mengatur jadwal kunjungan *salesman* agar titik horeka semua bisa didatangi untuk ditawarkan produk Tropicana Slim.
- d. Membuat diferensiasi aktifasi agar lebih berbeda dengan kompetitor dan memiliki *uniqueness* ketika masuk ke channel horeka.