

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari program yang telah dilakukan, hasil penilaian apakah benar promosi, harga, ketersediaan barang dan kompetitor menjadi penyebab belum tercapainya target penetrasi pasar di (horeka), antara lain adalah:

1. Benar, bahwa salah satu alasan belum optimalnya titik penetrasi produk TropicanaSlim di channel horeka karena kurangnya aktivasi yang dilakukan di horeka.
2. Benar, bahwa belum optimal titik penetrasinya di channel horeka karena harga yang lebih tinggi dari kompetitor
3. Benar, bahwa belum optimal titik penetrasinya di channel horeka karena kurangnya ketersediaan barang yang disebabkan karena tidak adanya kunjungan *salesman* untuk membantu menawarkan produk.
4. Benar, bahwa belum optimal titik penetrasinya di channel horeka karena kompetitor yang hadir dengan promo dan harga lebih menarik

1.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut kepada PT Nutrifood Indonesia untuk:

1. Meningkatkan promosi yang banyak di chanel horeka sehingga anak muda sebagai target market di horeka bisa lebih tau tentang TropicanaSlim.
2. Membuat diskon untuk perkenalan produk baru sehingga secara harga lebih bisa diterima.
3. Mengatur jadwal kunjungan *salesman* agar titik horeka semua bisa didatangi untuk ditawarkan produk TropicanaSlim.
4. Membuat diferensiasi aktifasi agar lebih berbeda dengan kompetitor dan memiliki *uniqueness* ketika masuk ke channel horeka.