

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berikut ini adalah kesimpulan dari hasil analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode *Boston Consulting Group* (BCG) dan *Strength, Weakness, Opportunity*, dan *Threat* (SWOT) di PT. XYZ :

Dari hasil perhitungan metode *Boston Consulting Group* (BCG), tingkat pertumbuhan pasar (*market growth rate*) sebesar 2,93% dan pangsa pasar relatif sebesar 0,44. Sehingga produk detergen x di PT. XYZ memiliki posisi pertumbuhan yang tinggi akan tetapi pangsa pasarnya rendah.

Berdasarkan hasil dari metode *Boston Consulting Group* (BCG), Strategi yang dapat diterapkan adalah melakukan pengembangan pasar pengembangan produk dan melakukan segmentasi pasar, komunikasi pemasaran dan menambah jaringan distribusi. Berdasarkan hasil dari metode SWOT, strategi yang dapat diterapkan adalah memperhatikan kebutuhan konsumen dan melakukan inovasi pada produk agar dapat bersaing dengan kompetitor yang memiliki usaha sejenis. Melakukan inovasi terhadap produk dengan menambah variasi produk sesuai dengan minat konsumen pada era sekarang. Memberikan diskon dan promo kepada konsumen setiap pembelian produk. Melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat konsumen. Mempertahankan harga produk detergen tetap terjangkau dan murah.

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada perusahaan adalah :

1. Perusahaan perlu melakukan beberapa inovasi terhadap produk lama. Melakukan inovasi pada produk lama akan menambah nilai jual dimata konsumen.
2. Perusahaan perlu memperluas jaringan distribusi dengan cara menambah mitra kerja sama dengan para agen-agen besar yang memang berfokus pada penjualan produk rumah tangga seperti detergen.
3. Perusahaan perlu meningkatkan hubungan komunikasi antar konsumen dengan perusahaan/ (distributor) sehingga brand image dari detergen x tetap tertanam dengan baik dibenak konsumen.
4. Perusahaan perlu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan diskon dan promo kepada konsumen setiap pembelian produk.
5. Perusahaan perlu mempertimbangkan hasil penelitian ini untuk dapat diterapkan dalam perusahaan, sehingga dapat memiliki dampak positif terhadap peningkatan penjualan produk detergen di masa mendatang.