

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada PT. ALKO Sumatra Kopi, penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Penerapan strategi pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan penjualan pada PT. ALKO Sumatra Kopi. Dalam penerapan strategi pemasaran PT. ALKO Sumatra Kopi saat ini telah menerapkan empat komponen dalam teori strategi pemasaran yaitu *segmentation*, *targeting*, *positioning*, dan *diferentiation*.
2. Penerapan cara promosi sangat berperan dalam meningkatkan penjualan pada PT. ALKO Sumatra Kopi. Promosi PT. ALKO Sumatra Kopi saat ini telah menerapkan empat cara yaitu periklanan (*advertising*), publikasi (*publicity*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan hubungan masyarakat (*public realition*). Penerapan promosi lainnya yang dilakukan oleh PT. ALKO Sumatra Kopi berupa penjualan pribadi (*personal selling*) telah dilakukan namun belum optimal.

5.2 SARAN

Dalam menyusun konsep perencanaan dan penerapan dalam komponen strategi pemasaran pada segmentasi PT. ALKO Sumatra Kopi untuk lebih memperhatikan dan menyesuaikan dengan target pasar yang ada yaitu lebih mengarah pada pasar luar negeri. Kemudian dalam komponen *targeting* pada PT. ALKO Sumatra Kopi untuk bisa lebih fokus dengan target-target yang akan dibidik yaitu kalangan menengah dan atas, sehingga tujuan perusahaan bisa lebih terarah.