

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan analisa dapat disimpulkan bahwa produk PT. Frisian Flag Indonesia memiliki diferensiasi seperti kemasan, rasa dan kandungan nutrisi sesuai dengan spesifikasi konsumen. Dalam penetapan harga perusahaan menempatkan diri sebagai *leader* di pasar, dengan sering mengadakan program promo diskon, tukar poin dan *free voucher* di *minimarket*, *supermarket* dan *online stores*. Promosi melalui media elektronik gencar dilakukan, dengan dukungan *budget* yang sangat besar promosi tersebut terus dilakukan untuk memenangkan persaingan selain itu perusahaan sering menjadi sponsorship dalam beberapa event serta mengendorse lewat media social. Distribusi produk yang dilakukan menggunakan distribusi tidak langsung (jangka panjang) dengan mengirimkan produk dari pabrik melalui *distributor*, *outlet* dan *reseller* yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia.

2. Kekuatan (*strengths*) memiliki *budget* promosi yang besar, brand image yang sangat melekat pada masyarakat dan memiliki konsumen atau pasar yang luas.

Kelemahan (*weaknesses*) masih kalah jumlah distributor dengan pesaing terkuat Ultramilk dengan jumlah persebaran 121.000

berbanding 125.000 dan kualitas produk lebih rendah dengan sering adanya keluhan bila dikonsumsi atau diminum lengket dimulut.

B. Saran

1. Menambah pengecer dan distributor
2. Memperbaiki produk melalui pengolahan dengan menambah nutrisi dan mengurangi rasa manis yang berlebihan agar tidak lengket setelah dikonsumsi atau diminum.