

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kunci sukses yang dimiliki oleh produk rokok kategori *SKM Full Flavour* sebagai keunggulan bersaing terdapat pada kandungan atau bahan serta racikan yang dihasilkan rokok tersebut dan juga keunggulan dalam kemasan yang dinilai responden mengikuti perkembangan *trend*. Keunggulan lainnya adalah cara merk rokok kategori *SKM Full Flavour* dalam menyampaikan informasi atau kegiatan yang dilakukannya. Hasil peta perseptual menunjukkan bahwa merk Gudang Garam Filter 12 dan Dji Sam Soe Filter 12 memiliki kedekatan keunggulan bersaing yang dinilai responden memiliki karakter yang mirip difaktor-faktor sukses seperti aroma, kualitas tembakau dan daya tahan. Djarum Super 12 dan Marlboro Filter memiliki kedekatan keunggulan bersaing dalam kemasan dan dinilai responden lebih mengikuti *trend* dan lebih mengikuti selera perokok muda.
2. Strategi pemasaran yang perlu dikembangkan oleh PT.HM. Sampoerna Tbk dalam memasarkan produk *SKM Full Flavour* di masa mendatang adalah:
 1. Memperkuat aktifitas promosi/iklan khususnya di media Billboard dan Baliho
 2. Memperkuat aktifitas pengenalan produk langsung kepada konsumen melalui penjualan langsung produk.
 3. Aktifitas dan komunikasi tentang rokok Marlboro Filter dan Dji Sam Soe Filter lebih mewakili aspirasi perokok muda.
 4. Kemasan dan desain rokok yang mengikuti trend atau selera konsumen perokok muda

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka terdapat beberapa saran yang perlu dilakukan PT. HM. Sampoerna Tbk dalam persaingan produk dikategori SKM *Full Flavour*, antara lain:

1. Meningkatkan aktifitas promosi dan membuka saluran informasi tentang produk rokok Dji Sam Soe Filter dan Marlboro Kretek lebih intens dan agresif.
2. Melakukan penelitian lebih mendalam kebutuhan dan keinginan perokok muda kategori SKM *Full Flavour*.
3. Memperkuat aktifitas *consumer* program mengenai pengetahuan produk ke konsumen akhir (fokus pada pelanggan sasaran)
4. Melakukan *re design* kemasan yang lebih muda dan sesuai selera perok muda untuk merk Dji Sam Soe Filter.
5. Menarik salah satu merk SKM *Full Flavour* PT. HM.Sampoerna Tbk dari persaingan pasar dan memperkuat satu merk kategori SKM *Full Flavour* yang nilai memiliki potensi untuk bertumbuh.