

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kajian di lapangan tentang maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi bauran pemasaran yang dilakukan home industri AR Bakery dalam menghadapi persaingan antar sesama pengusaha bakery adalah (1) strategi produk (*product*) yaitu dengan tetap menjaga kualitas dan mutu produk serta menjaga ciri khas produk yang enak, gurih dan manis, (2) strategi harga (*price*), meskipun harga yang ditawarkan home industri AR Bakery sedikit lebih mahal dibanding home industri bakery lainnya namun hal tersebut sebanding dengan mutu produk yang ditawarkan, (3) strategi tempat (*place*) home industri AR Bakery memiliki lokasi yang cukup strategis, luas dan mudah dijangkau, (4) strategi sumber daya manusia (*people*) pada unsure orang atau sumber daya manusia home industri AR Bakery memberikan pelatihan bagi karyawan baru, (5) strategi bukti fisik (*physical evidence*) home industri AR Bakery memberikan area yang luas bagi para konsumen untuk memesan produk serta pelayanan yang maksimal.
2. Strategi Bauran Pemasaran yang dilakukan home industri AR Bakery dalam mempertahankan omzet penjualan dimasa pandemi covid-19 adalah dengan menerapkan (1) strategi promosi (*promotion*) melalui sosial media akan lebih mudah ntuk merayu konsumen dan akan tertarik untuk membeli

produk dari home industri AR Bakery, sehingga penjualan produk akan menjadi lebih maksimal, Meskipun promosi melalui sosial media sudah diupayakan masih ada masyarakat yang belum mengetahuinya, sehingga pengelola akan terus memperbaiki strategi tersebut (2) strategi proses (*process*) dilakukan dengan pelayanan yang sesuai dengan standart perusahaan, dengan sistem pelayanan *Delivery Order* dan pelayan transaksi dapat dilakukan secara offline maupun online.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan kesimpulan di atas dapat dijadikan masukan untuk home industri AR Bakery sebagai sarana dalam mempertahankan omzet penjualan dimasa pandemi Covid-19 dan meningkatkan penjualannya dalam manajemen pemasaran dengan terus meningkatkan kualitas produk serta pelayanan agar tetap diterima oleh masyarakat.