

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kajian di lapangan tentang strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan dalam studi kasus “Pia Rizky” Desa Gembleb Kec. Pogalan Kab. Trenggalek. Terdapat beberapa topik yang dapat disimpulkan oleh peneliti. Berikut paparan kesimpulan dari peneliti :

1. Strategi pemasaran yang diterapkan “Pia Rizky” dalam menghadapi persaingan antar sesama pengusaha bakpia adalah strategi produk, strategi penyesuaian harga dan strategi distribusi pesan antar
2. Strategi pemasaran yang diterapkan “Pia Rizky” dalam meningkatkan penjualan adalah strategi promosi melalui media sosial dan bazar
3. Kendala dan solusi pada Home Industri “Pia Rizky” dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan.
 - a. Kendala dalam strategi pemasaran “Pia Rizky” adalah sulitnya bahan baku dan produk yang mengalami kerusakan, kenaikan harga bahan baku, kendaraan distribusi kurang efisien dan promosi yang kurang maksimal.
 - b. Solusi dalam strategi pemasaran “Pia Rizky” adalah melakukan training kepada kaaryawaan dan pengecekan sebelum pendistribusian, memberikan varian harga pada produk, membeli

mobil agar pendistribusian lebih efisien dan memanfaatkan media elektronik, pemasangan banner dan mengikuti bazar

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan maka saran yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan atau bisa dijadikan bahan referensi dan informasi mengenai strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan.

2. Bagi pengusaha Bakpia

Dari hasil penelitian ini diharapkan Home Industri “Pia Rizky” dapat menghadapi persaingan yang terjadi antar pengusaha bakpia dan meningkatkan penjualan dengan tetap menjaga kualitas dan ciri khas produk agar diterima masyarakat.

3. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan tambahan, referensi sehingga peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih baik, yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan. Hasil penelitian ini masih dapat dikembangkan dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan penelitian yang lebih mendalam.