

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi pemasaran yang diterapkan Lesehan Nirwana Bambu di tengah pandemi Covid-19, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan dalam mempertahankan bisnis Lesehan Nirwana Bambu di masa pandemi Covid-19 antara lain :

- a. Strategi Produk

Dalam kondisi pandemi Covid-19 ini Lesehan Nirwana Bambu mengeluarkan produk baru dan juga tetap mempertahankan kualitas produk.

- b. Strategi harga

Strategi harga yang ditetapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu bertujuan untuk merangkul semua kalangan, mulai dari kalangan bawah, menengah maupun atas.

- c. Strategi tempat

Strategi tempat/distribusi yang diterapkan Lesehan Nirwana Bambu adalah dengan memilih lokasi yang strategis yaitu berada di dekat pusat keramaian serta distribusi yang baik agar keberlangsungan kegiatan usaha bisa terus dijaga.

d. Strategi promosi

Strategi promosi dengan menggunakan media sosial akan lebih mudah untuk merayu konsumen dan akan tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga penjualan produk akan menjadi lebih maksimal.

2. Kendala yang dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu dalam menerapkan strategi pemasaran di tengah pandemi Covid-19

a. Produk

Produk yang laku biasanya hanya itu-itu saja sehingga produk yang lain jarang diminati.

b. Harga

Penetapan harga sudah diperhitungkan dari awal meskipun harga bahan baku mengalami peningkatan, harga produk yang dijual tetap sama.

c. Promosi

Tidak adanya yang petugas khusus yang bertanggung jawab mengelola pemasaran melalui media sosial membuat pemasaran di media sosial menjadi kurang maksimal.

d. Tempat

Kendala yang dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu sebenarnya sudah memiliki tempat yang bagus dan strategis akan tetapi karena

adanya pandemi Covid-19 kondisi restoran menjadi sepi karena adanya aturan pemerintah untuk tidak makan ditempat.

e. Orang

Kendala yang dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu bahwa karyawan banyak karyawan yang nganggur dan hanya mendapatkan orderan delivery.

f. Proses

Kendala yang dihadapi Lesehan Nirwana Bambu adalah banyak chat whatsapp masuk yang tidak langsung direspon menyebabkan pesanan datang kelamaan.

g. Bukti Fisik

Kendala yang dihadapi Lesehan Nirwana Bambu adalah banyak tempat yang tidak terawatt karena tidak banyak pengunjung yang datang.

3. Solusi yang diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu agar mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19

a. Produk

Lesehan Nirwana Bambu menjual produk lainnya yaitu dengan menggunakan sistem paket, akan tetapi tetap dengan harga yang terjangkau.

b. Harga

Hanya mengurangi porsi produk yang dijual sehingga harga produk yang dijual sesuai dengan daftar menu awal.

c. Promosi

Lesehan Nirwana Bambu membuat kebijakan untuk promosi bisa dilakukan oleh setiap karyawan.

d. Tempat

Memaksimalkan sistem delivery.

e. Orang

Memberi motivasi untuk karyawannya agar tetap semangat meskipun saat pandemi Covid-19 saat ini

f. Proses

Pemilik Lesehan Nirwana Bambu ini menambah karyawan untuk proses pengiriman.

g. Bukti Fisik

Kebersihan tempat usaha meskipun pandemi Covid-19 saat ini.

B. Saran

1. Bagi Akademik

Dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pengetahuan dan wawasan di bidang ekonomi yang berkaitan dengan strategi pemasaran "P4" dalam mempertahankan bisnis dimasa pandemin Covid-19.

2. Bagi Lesehan Nirwana Bambu

Dari hasil penelitian ini diharapkan Lesehan Nirwana Bambu dapat terus bertahan di masa pandemi Covid-19 dan meningkatkan penjualannya dalam manajemen pemasaran dan menjaga kualitas produk agar tetap diterima oleh masyarakat.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bisa lebih mengembangkan tentang strategi pemasaran bisnis di tengah pandemi Covid-19 dan mempertahankannya. Dapat dijadikan bahan referensi maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang sempurna.