

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Sweet Sundae selama pandemi covid-19 mencakup bauran pemasaran 7P yang terdiri dari elemen *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*. Ketujuh elemen tersebut sebagai faktor elemen yang mendukung dalam proses pemasaran Sweet Sundae selama pandemi covid-19. Sweet Sundae merupakan UMKM yang bergerak pada bidang Food and Beverage berbahan dasar susu sapi perah lokal dengan tujuan memberdayakan peternak sapi perah lokal dan memperjuangkan pangan dengan menggunakan atau mengonsumsi produk dengan bahan *fresh, organik* dan lokal. Pada strategi *product* menciptakan produk dengan inovasi baru menjadi strategi produk yang dilakukan Sweet Sundae dan dengan melakukan riset pasar yang sedang dibutuhkan oleh target pasar yang kemudian dipasarkan dengan strategi *price* yang sesuai dengan kualitas yang diberikan. Strategi *place* atau saluran distribusi, Sweet Sundae menggunakan saluran distribusi *online* melalui layanan pesan antar makanan GrabFood, SiBakul Jogja dan ShopeeFood. Strategi promosi yang dilakukan mengacu pada bauran pemasaran terdiri dari; periklanan, *personal selling, sales promotion, public relation* dan publisitas dan *direct marketing* dan dari kegiatan promosi yang paling ditekankan ialah *direct marketing, sales promotion* dan *public relation*. Adanya pandemi covid-19 tidak menghalangi Sweet Sundae dalam memasarkan produknya walau diawal pandemi Sweet Sundae mengalami penurunan omzet yang sangat signifikan perlahan mulai naik dan dapat survive berkat strategi produk dan promosi yang dilakukan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat, maka Adapun saran yang ingin penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi objek penelitian Sweet Sundae untuk kedepannya penulis menyarankan agar Sweet Sundae memiliki *offline store* yang lokasinya lebih strategis agar lebih banyak diketahui oleh masyarakat luas
2. Disarankan untuk Sweet Sundae agar tetap menjaga hubungan baik dengan *customer* karena kepercayaan *customer* berpengaruh ketika customer menentukan sebuah pilihan.
3. Disarankan agar Sweet Sundae dapat lebih konsisten dan kreatif dalam melakukan promosi di media sosial.
4. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan, maka penulis harap untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang produk UMKM lainnya dengan mengukur dari segi aspek yang berbeda dan metodeologi yang berbeda.

