

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan alat analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh BurnHouseSmokery pada saat ini berfokus pada pemasaran secara tradisional walaupun BurnHouseSmokery telah melakukan pemasaran secara digital berdasarkan interview yang dilakukan pemasaran tradisional lebih efektif dibandingkan dengan pemasaran digital.
2. Dari hasil skema H-K-T-C yang telah ditetapkan yang pertama adalah langkah hapuskan yang telah ditetapkan. Untuk melakukan langkah hapuskan adalah menu set mie yang dihapus dan menghapus cara marketing yang dilakukan oleh BurnHouseSmokery saat ini. Langkah kedua dari skema H-K-T-C yang telah ditetapkan adalah langkah kurangi. Langkah kurangi yang harus dilakukan oleh BurnHouseSmokery mengurangi harga produk yang sudah ditetapkan. Langkah selanjutnya adalah langkah tingkatkan yang sudah ditetapkan oleh skema H-K-T-C. Pertama adalah meningkatkan menu dory dan smoked chicken. Langkah yang terakhir adalah langkah ciptakan dari skema H-K-T-C yang sudah ditetapkan. Terdapat 3 hal dalam langkah ciptakan, pertama adalah menu set baru, menu pada BurnHouseSmokery masih dikatakan sangat kecil dan memberikan

minimnya pilihan kepada konsumen, Pembuatan *marketing campaign* baru, Yang terakhir adalah variasi produk, variasi produk yang dimaksud adalah variasi individual dalam masing-masing produk,

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian pada perusahaan BurnHouseSmokery, peneliti ingin memberikan beberapa saran kepada BurnHouseSmokery sehingga bisa menjadi perusahaan yang unggul dalam bidang Industri makanan yang diolah secara diasap. Beberapa saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat menggunakan strategi yang baru yang telah dirumuskan menggunakan Blue Ocean Strategy untuk meningkatkan performa pemasaran BurnHouseSmokery. Menggunakan strategi yang baru ini dapat menciptakan pasar baru.
2. Melihat pasar yang dimasuki oleh BurnHouseSmokery adalah pasar sekitarnya, maka di era globalisasi ini perusahaan harus mempunyai dan menyiapkan strategi untuk tetap bertahan dan terus meningkatkan keuntungan perusahaan tentu dengan strategi yang tepat, disini peneliti dapat menyarankan dengan Blue Ocean Strategy.
3. Memperluas pemasaran sampai kewilayah baru ataupun menambah segmen konsumen, dengan memanfaatkan dan menggunakan strategi yang telah dibuat bisa meningkatkan performa BurnHouseSmokery.
4. Beberapa kompetitor dalam beberapa tahun ke depan bisa saja meniru inovasi yang telah dilakukan, oleh karena itu BurnHouseSmokery harus dapat mengevaluasi kembali strategi yang digunakan dan menciptakan

kembali inovasi nilai lainnya dalam bidang ini sehingga perusahaan tidak terjebak kembali ke dalam samudra merah.