

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Komunikasi pemasaran dalam penjualan produk makaroni di PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) yaitu dengan cara offline dan online. Offline dengan melakukan penjualan di outlet-outlet yang dimiliki Makaroni Ngehe. Online dengan memanfaatkan media-media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok, Twitter dan juga website yang dimiliki PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe)

Dalam melakukan komunikasi pemasaran, Makaroni Ngehe juga menggunakan konsep 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) yang dimana konsep tersebut saling berpengaruh satu sama lain. Penggunaan konsep pada komunikasi pemasaran dalam produk makanan menggunakan konsep 4P, akan tetapi dalam penelitian peneliti menggunakan konsep 7P dengan hasil produk (*product*) dengan kualitas dan standar yang sudah ditetapkan serta mempunyai sertifikat halal MUI. Harga (*price*) terjaga saat harga bahan baku meningkat, agar terjangkau oleh para konsumen. Tempat (*place*) yaitu outlet-outlet yang dimiliki Makaroni Ngehe dalam melakukan penjualan setiap harinya serta dapat melihat pembuatan dan peracikan agar menumbuhkan rasa percaya terhadap para konsumen. Promosi (*promotion*) saat ini rutin dilakukan setiap hari Senin dan Jumat, serta ada promo lainnya.

Orang (*people*) dengan memanfaatkan kru yang berjumlah 235 orang di seluruh outlet untuk melakukan penambahan penjualan dengan menawarkan promo yang ada agar konsumen terinformasi. Proses (*process*) di Makaroni Ngehe yang terjaga kualitas produk yang dimiliki dengan prosedur yang ada dari proses bahan mentah hingga sampai ke tangan konsumen. Bukti fisik (*physical evidence*) di Makaroni Ngehe saat ini adanya outlet yang berjumlah 36 outlet di seluruh Indonesia dengan media informasi yang terdapat di outlet, dan juga kemasan produk yang dimiliki.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan judul “Komunikasi Pemasaran PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) Dalam Penjualan Produk Makanan”, untuk itu peneliti akan memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Untuk pihak perusahaan agar ditambahkan outlet-outlet penjualan supaya penjualan dapat semakin tinggi dan menghasilkan profit yang besar ke depannya, serta dapat membuka lapangan kerja baru untuk masyarakat. Selain itu, pertahankan harga yang ada saat ini karena harga tersebut sudah sangat terjangkau di kalangan konsumen terutama pada target marketnya yaitu anak muda. Dalam memasarkan produk, lebih ditingkatkan penjualan melalui media online agar berdampak terhadap peningkatan penjualan.