

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Strategi yang diterapkan produsen roti Shabrina Bakery untuk meningkatkan omset penjualan adalah dengan memfokuskan strategi produksinya, diantaranya: Strategi penetrasi pasar, strategi formulasikan kembali produk/pengembangan produk (*refomulation strategy*), strategi perluasan/pengembangan pasar, strategi segmentasi pasar, dan strategi diversifikasi yang terkonsentrasi.
2. Kendala-kendala yang dihadapi produsen yang menyebabkan turunya omset penjualan serta cara pengendaliannya, diantaranya: Faktor, cuaca, faktor pembatalannya pesanan roti dari *reseller*, faktor persaingan roti yang sejenis, faktor daya beli masyarakat yang menurun, faktor usia roti yang sebentar. Cara pengendaliannya, menggunakan cara : Hanya dapat menunggu proses roti mengembang dan melakukan pekerjaan yang lain khususnya untuk para karyawan, mencari atau menghubungi *reseller* lain, merubah bentuk roti melalui berbagai inovasi baru, dengan cara menjual roti menggunakan mobil keliling milik pribadi dan menerima pesanan dari para *reseller*, dan pengendalian yang terakhir masih belum menemukan cara pengendaliannya.

B. Saran-Saran

1. Disarankan kepada produsen atau pemilik pabrik roti Shabrina Bakery di Banjarmasin untuk selalu memantau keadaan pasar terlebihnya dengan para pesaing roti, agar roti yang dimiliki produsen Shabrina Bakery tidak kalah atau tertinggal dipasaran.
2. Untuk para karyawan dan karyawan agar selalu semangat dalam bekerja serta belajar dalam ilmu pembuatan roti dan diharapkan dapat memberikan inovasi-inovasi baru untuk kemajuan usaha pabrik olahan roti tersebut.