

jauh. Dimana pada tahun awal LRD memulai usahanya LRD menghasilkan Rp. 57.000.000,- dan melonjak naik pada tahun 2018 yaitu sebesar Rp. 672.500.000,- dan pada tahun 2019 memperoleh Rp. 837.000.000,- namun memasuki masa awal pandemi tahun 2020 pendapatan LRD mulai menurun karena adanya larangan untuk melaksanakan kegiatan yang menyebabkan kerumunan pada tahun 2020 pendapatan LRD menurun yaitu sebesar Rp. 531.000.000,- dan terus menurun pada tahun 2021 karena penyebaran covid semakin banyak dan pemerintah menerapkan peraturan dan sanksi tegas bagi pelanggar yang tetap nekat melaksanakan resepsi pernikahan menyebabkan kluster baru penyebaran covid sehingga pada tahun 2021 LRD hanya menghasilkan Rp. 128.000.000,-.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat di tarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Lili Roziki Decoration menerapkan promosi penjualan dengan memberikan pengurangan sebesar 50%, dimana dalam keadaan normal biasanya LRD hanya memberikan pengurangan sebesar 20% jika kostumer ingin mengurangi unit yang terdapat dalam paket
2. Lili Roziki Decoration menghadapi persaingan dengan memberikan include lebih banyak kepada kostumernya di bandingkan include yang diberikan oleh Wedding Organizer lain, dan bekerja sama dengan lembaga keuangan syariah untuk proses pembayaran melalui cicilan.
3. Penetapan Fleksibelitas harga membantu LRD untuk bertahan di masa pandemi meskipun pendapatannya menurun jauh dari sebelum pandemi. Kondisi ini memberikan harapan kepada LRD untuk kembali bangkit setelah pandemic usai.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Dalam upaya meningkatkan kembali penghasilan setelah pandemic usai, LRD sebaiknya memberikan layanan dan fasilitas yang lebih baik sehingga customer bersedia membayar lebih mahal (kembali ke diskon 20%)
2. LRD sebaiknya berusaha untuk mengetahui jenis dan jumlah include yang di berikan oleh pesaing sehingga LRD dapat memberikan Include yang bersaing tanpa harus memberikan terlalu banyak pada customer. Kemudian LRD juga harus lebih aktif mengurus Customer yang ingin membayar dengan cara cicilan ke lembaga keuangan syariah.
3. Jika diperlukan penetapan harga secara fleksibel masih dapat dilakukan terutama pada saat permintaan rendah. Misalnya pada bulan Ramadhan atau untuk melayani resepsi non pernikahan seperti khitanan, cukuran dan akikah.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aime Sulaiman (2014), *Strategi bertahan (survival strategy); studi tentang “agama adat” orang lom di desa pajem, kecamatan belinyu, kabupaten Bangka Belitung*, jurnal society
- Alma, Buchari (2014), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- A., Morissan M. dkk.2017. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Ellen Yuliani Saul, 2015. *Strategi Bersaing Dan Strategi Bertahan Pada Industri Mikro Dan Kecil Bakpia Pathok Di Kecamatan Ngampilan Yogyakarta Tahun 2015*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Duclos, L, K., Vokurka, R, J., & Lummus, R. R. (2001). A conceptual Model of Supply chain Flexibility, 446-456
<https://doi.org/10.1108/02635570310480015>
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.

Patrick Sentana. (2017). Pengaruh Perceived Value, Harga, Citra Perusahaan, dan Fleksibilitas terhadap Keputusan Konsumen (Survei pada pelanggan produk XL dan Axis di kabupaten Gunung Kidul), UNS-F-Ekonomi dan Bisnis, Prog. Studi Manajemen

Adelina Lubis, Tohap Parulian (2016). Kajian Strategi Bertahan Toko Tradisional Di Tengah Maraknya Minimarket Di Kecamatan Medan Denai, Jurnal PLANS: Penelitian ilmu manajemen dan bisnis

Rizi Nor Azimah, Ismi nur Khasanah, Rizki Pratama, Zulfanissa Azzizah, Wahyu Febriantoro, Shafa Rifda Syafira Purnomo (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Klaten dan Wonogiri. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Shinta Agustina (2011), MANAJEMEN PEMASARAN, Cetakan pertama: UB press

Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta

Sutopo. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Surakarta: UNS.

Tati Urrokhmah, 2018. Strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada kayla fashion serba 35.000. IAIN Purwokerto

Tachizawa, E, M., & Gimenez, C. (2010) Int. J. Production Economics Supply Flexibility strategies in Spanish firms : Results from a survey. Intern Journal of production Economics, 124(1), 214-224

<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2009.11.020>

Sumber online :

<https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/599836/nilai-bisnis-industri-pernikahan-capai-rp-56-triliun>

<https://www.alodokter.com/virus-corona>

<https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/599836/nilai-bisnis-industri-pernikahan-capai-rp-56-triliun>

<https://palingmenarik.name/nikah/2020/05/jasa-wedding-organizer-di-jambi.html>

<https://www.alodokter.com/virus-corona>

<https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik>

<https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-harga/>

<https://accurate.id/marketing-manajemen/fleksibilitas-harga-dalam-bisnis/#:~:text=Penetapan%20harga%20fleksibel%20atau%20fleksibilitas,untuk%20merangsang%20permintaan%20dan%20pendapatan.>

<https://www.alodokter.com/virus-corona>

https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-strategi-fleksibilitas-harga-dan-jenisnya/#Pengertian_Strategi_Fleksibilitas_Harga

<http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/93022>

<http://repository.uin-suska.ac.id/4060/3/BAB%20II.pdf>

<https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/>

<https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/>

<https://www.google.com/amp/s/serupa.id/metode-penelitian/>