

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Simpulan yang didapat dari Penyelesaian perancangan *Promotion Mix* selama 4 bulan ini di Hear Coffee, Hear Coffee merupakan kafe yang dirintis oleh Pak Hendy selama setahun. Selama merintis usaha ini, Hear Coffee telah menghadapi banyak rintangan dan masalah, terutama dalam perihal manajemen. Dengan mempelajari sistem manajemen dari pengalaman yang telah dilalui, hingga kini Hear Coffee terus berkembang melalui *WOM* dan promosi media sosial sederhana dari tahun 2018 hingga tahun 2019.

Dengan analisis sistem manajemen yang dibutuhkan, penulis telah merangkum beberapa hipotesis untuk memperbaiki kekurangan yang terdapat pada Hear Coffee. Setelah penulis melakukan implementasi yaitu penerapan sistem *promotion mix* selama 4 bulan, Hear Coffee menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Sehingga hasil dari implementasi dalam sistem manajemen marketing baik secara langsung maupun pada media sosial mendapatkan respon dan hasil yang sangat baik. maka penulis telah dapat mendapatkan beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Program *Personal Selling*

Dengan memberikan sentuhan khusus kepada setiap pelanggan yang berkunjung ke Hear Coffee, penulis berharap para pelanggan dapat membangun sebuah "*bond*" yang lebih intim dengan suasana yang kami ciptakan di sini. Bukan hanya dalam waktu singkat, namun untuk ke depannya. Karena dengan pelayanan yang personal terhadap para pelanggan,

harapan penulis dapat mengimplementasikan teknik *personal selling* ini bisa lebih melengkapi elemen dari *promotion mix* yang dikonsepsikan untuk Hear Coffee.

Setelah observasi dan implementasi dengan sistem control yang baik, penulis menilai respon para pelanggan dan juga *owner* dari Hear Coffee bersikap positif. Atmosfir Hear Coffee yang awalnya sama seperti kafe-kafe umum di Batam, dapat berubah menjadi sebuah atmosfir kekeluargaan yang membuat seluruh lapisan pelanggan merasa nyaman dan ingin kembali ke Hear Coffee.

Semoga dengan ini, Hear Coffee dapat lebih membangun “*bond*” yang lebih dekat, kepada seluruh pelanggannya.

2. Program *Sales Promotion*

Layaknya seluruh outlet-outlet *retail* secara umum, setiap pembelian akan diberikan struk dan uang kembalian (apabila ada kembali). Sebuah kebiasaan umum yang sangat membosankan, dengan ini penulis membuat sebuah program “*Free Trade in Program*” dimana setiap pembelian produk Hear Coffee senilai Rp 100.000 dapat menukarkan dengan “*Exclusive Stainless Straw Set*” yaitu paket sedotan *stainless* berjumlah 4 buah yang ramah lingkungan (*Go Green*) dilengkapi dengan *pouch* elegan untuk menghemat penggunaan sedotan yang sedang digalangkan oleh para penyelamat bumi (*Green Peace Movement*).

Syarat dan ketentuan berlaku, yaitu dengan penukaran setiap struk yang memiliki cap khusus periode promosi dan berlaku kelipatan.

Dengan melakukan program *Sales Promotion* “*Free Trade In Program*” pada usaha Hear Coffee, memperoleh peningkat omzet penjualan yakni 8%.

7.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, rekomendasi yang penulis sarankan untuk pengembangan sistem pelatihan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengubah kebiasaan lama (buruk) menjadi kebiasaan baru (baik) sesuai dengan hasil luaran proyek KP yang penulis laksanakan di Hear Coffee. Baik dari *Personal Selling* dan *Sales Promotion*.
2. Terus menjaga pelayanan dan keramah-tamahan sehingga teknik marketing tradisional yang selama ini berjalan (*WOM*) dapat dipertahankan dengan baik.
3. Menambahkan variasi dan inovasi terhadap menu dan *promotion mix* yang telah penulis implementasikan dan ajarkan kepada pihak manajemen Hear Coffee.