

## **BAB VII**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **7.1 Kesimpulan**

Selama proses penelitian dan proses kerja praktek di RM. Podo Seneng. Penulis dapat menyimpulkan untuk dalam kegiatan pemasaran selama ini RM. Podo Seneng tidak pernah sama sekali melakukan sebuah strategi promosi terhadap konsumen, sehingga pendapatan yang diterima tidak mengalami kenaikan yang signifikan, maka dari itu penulis dapat memberikan masukan yaitu strategi promotion mix yang dapat digunakan dalam kegiatan operasional sehari-hari. Berikut merupakan strategi *promotion mix* yang telah diterapkan:

1. Iklan diterapkan dengan memasang spanduk atau banner di toko dan tempat strategis atau sekitarnya yang memudahkan masyarakat untuk dapat melihat iklan tersebut. Iklan dapat dipasang di area seperti pintu masuk utama perusahaan, fasum perumahan, dan akses jalan utama perumahan.
2. Promosi penjualan dirancang untuk mengembangkan sistem periklanan tahun depan yang menawarkan berbagai jenis promo menarik setiap bulan, seperti misalnya, es teh gratis pada Maret 2019, potongan 20% pada April 2018, dan tahu dan tempe gratis untuk pembelian Mei 2018. 2 potong ayam penyet dan ayam panggang, pada Juni 2019 semua menu ditambah 1 piring nasi, pada Juli 2019, untuk penambahan sambal gratis dan pada Agustus 2019 diskon 17%, pada September 2019 dapat 1 gelas kopi gratis, pada Oktober 2019 diskon 15% untuk pembelian setiap kedua, pada bulan

November 2019, es teh gratis untuk pembelian 2 porsi ayam penyet atau ayam bakar, pada Desember 2019 gratis 1 piring nasi, pada Januari 2019 hati atau ampela ayam gratis dan pada Februari 2019 es teh manis atau teh panas gratis.

3. Pemasaran langsung melibatkan pembuatan akun media sosial, seperti Instagram / Facebook, sehingga Anda dapat berkomunikasi langsung dengan konsumen, berkomunikasi dengan mereka, dan mengiklankan menu dalam RM. Pada saat yang sama, Podo Seneng telah membangkitkan minat konsumen terhadap makanan. Akibatnya, perusahaan dapat mengiklankan produk langsung ke konsumen dan mengirim pesan langsung ke konsumen. Mereka diperbarui setiap bulan dengan promosi dari perusahaan dan juga dapat menerima ulasan dan rekomendasi pelanggan.

## 7.2 Saran

Berdasarkan hasil semua analisa selama melakukan penelitian di RM. Podo Seneng yang dapat ditemukan oleh penulis untuksaran dan pesan yang akan disampaikan peneliti kepada pemilikRM. Podo Seneng atas kerja praktek ini adalah:

1. Penulis berharap agar setiap promosi yang telah di bentuk selama satu tahun tetap terus berlanjut walaupun masa tahun promo sudah habis. Penulis juga berharap kepada pemilik untuk menemukan promo menarik lainnya agar penjualan lebih meningkat lagi dari sebelumnya.

2. Penulis berharap pemilik dapat menambah pekerja di RM. Podo Seneng agar untuk pada saat toko sedang ramai konsumen maka seluruh pekerja tidak buru-buru untuk menyiapkan masakan yang dipesan.
3. Setelah meningkatnya laba dan pemasukan yang di dapat pemilik telah stabil, penulis berharap agar pemilik dapat membuka cabang baru di tempat strategis lainnya sehingga perusahaan dapat lebih banyak pasar di luar area sekarang.