BAB VII
KESIMPULAN DAN SARAN

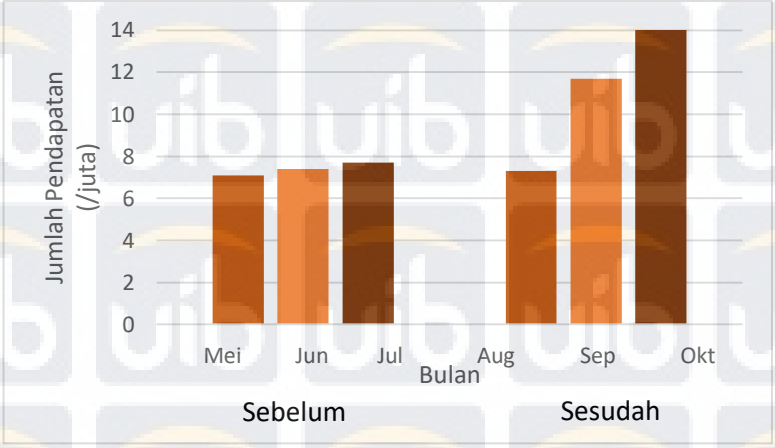
7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penerapkan strategi *promotion mix* dengan fokus utama adalah berupa *advertising* & *sales promotion* pada warung makan Bude Ica, maka dapat di simpulkan hasil dari kerja praktek ini adalah sebagai berikut :

1. Pada saat sebelum di terapkan nya *promotion mix* jangkauan pelanggan usaha masih sebatas penduduk daerah kampung belian. Dan setelah di terapkan strategi bauran pemasaran lingkar target pasar melebar hingga ke kawasan perkantoran dan instansi pemerintahan di daerah batam center.
2. Promosi dan pemberian cendera mata sangat efektif untuk menambah pelanggan baru.
3. Pemasangan atribut seperti spanduk dan no meja dapat meningkatkan minat pembeli karna terkesan rapid an tertata.
4. Pelaksanaan promosi berkelanjutan dapat meningkatkan penjualan serta menjaga pelanggan agar selalu melakukan pembelian rutin ke warung Bude Ica.
5. Kenaikan Omset penjualan meningkat pada 2 bulan terakhir yaitu di bulan september dan oktober

Bulan	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt
Jumlah Pendapatan (/juta)	7.1	7.4	7.2	7.3	11.7	14,2

Soraya Eichi. Penerapan Strategi Promotion Mix di Warung Makan Bude Ica.
UIB Repository©2019



Gambar 14 Data total pendapatan di warung Bude Ica sebelum dan setelah penerapan *promotion mix*, sumber: penulis.

Berdasarkan data *flowchart* di atas total pendapatan di warung Bude Ica mengalami peningkatan yaitu pada bulan September sampai dengan Oktber. Peningkatan yang terjadi berkisar dari 57% hingga 100%. Angka tersebut diharapkan terus meningkat setiap bulannya.

7.2 Saran

Saran dari penulis, sebaiknya penerapan strategi *promotion mix* yang telah di pelajari bersama penulis dapat terus di terapkan. Penulis juga menyarankan agar seluruh pekerja dan karyawan dapat menggunakan atribut dan seragam agar terlihat lebih rapi. Penulis juga berharap pihak warung makan Bude Ica dapat terus berinovasi salah satunya dengan bekerja sama dengan pihak sosro agar mensponsori usaha Bude Ica sehingga bude ica dapat menerapkan strategi *bundling price* dengan menambahkan paket makan + minum dengan harga terjangkau. Terakhir saran dari penulis agar pihak warung makan Bude Ica segera mendaftarkan usaha ini ke layanan *online delivery* seperti gofood dan layanan grabfood. Dengan demikian pangsa pasar akan semakin luas.

Soraya Eichi. Penerapan Strategi Promotion Mix di Warung Makan Bude Ica.
UIB Repository©2019