

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Selama penulis melakukan penelitian dan kerja praktek pada Espotam Moex, penulis mendapat kesimpulan bahwa Espotam Moex tidak terlalu mementingkan strategi promosi pada usahanya dan hanya mengharapkan pada penjualan harian & bazar, hal ini menyebabkan Espotam Moex tidak dapat menutupi biaya operasional yang ada setiap bulannya. Strategi *promotion mix* yang diterapkan berupa:

1. *Advertising* yang diberikan yaitu dengan cara membuat brosur dengan isi penawaran produk Espotam Moex untuk acara-acara seperti ulangtahun, pernikahan dan lainnya. Brosur ini dibagikan pada wilayah sekitar Batam Center sehingga dapat lebih dikenal usaha ini.
2. *Direct Marketing* ini merupakan cara memperbaiki penggunaan sosial media Instagram dan juga Facebook pada Espotam Moex dengan lebih aktif dalam sosial media agar dapat berinteraksi dan menjalin hubungan langsung dan bisa menerima kritik maupun saran dari pelanggan.
3. *Sales Promotion* yaitu dimana cara merancang strategi pemasaran dengan pemesanan dengan kuantiti lebih untuk melengkapi acara-acara sebagai makanan penutup/*dessert* pada setiap acara yang akan dilaksanakan dan dapat langsung meminta saran ke pemilik usaha Espotam Moex mengenai produk yang sesuai dengan acaranya.

7.2 Saran

Menurut pengamatan yang dilakukan selama penelitian di Espotam Moex

yang dibuat oleh penulis serta saran yang penulis berikan kepada Espotam Moex untuk kegiatan kerja praktek adalah:

1. Penulis menyarankan menggunakan maksimal social media yang ada bertujuan untuk menarik banyak pelanggan baru sehingga dapat lebih dikenal dan dapat meningkatkan tingkat penjualan.
2. Penulis juga menyarankan untuk membuat promosi-promosi baru yang dapat menarik pelanggan agar tidak terlalu bosan dengan menggunakan cara promosi yang sama dengan sebelumnya.
3. Dengan meningkatnya pendapatan serta penjualan pada Espotam Moex, maka penulis akan memberi saran kepada Espotam Moex untuk meningkatkan jangkauan pasar.