

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Menurut hasil wawancara dan juga pengumpulan data yang dilaksanakan pada *Washman Laundry*, dapat disimpulkan bahwa pada awalnya usaha jasa tersebut mempunyai strategi promosi yaitu *Word of Mouth (WOM)* dan dengan membagikan brosur secara *door-to-door* pada awal berdirinya usaha jasanya. Strategi promosi yang dilakukan oleh *Washman Laundry* ternyata tidak menimbulkan hasil yang positif bagi usahanya. Untuk itu penulis merancang strategi baru kepada *Washman Laundry* agar dapat bersaing dalam usaha jasa *laundry*.

Strategi yang dirancang oleh penulis merupakan komponen-komponen dari *Promotion Mix* (Bauran Promosi) yaitu *Direct Marketing* dan *Sales Promotion*. *Direct Marketing* yang diterapkan oleh penulis melalui *Social Media* yaitu *Whatsapp*. Dimana penulis telah membuat sebuah grup untuk melakukan pembicaraan atau *chatting* dengan tujuan untuk dapat memberikan informasi-informasi seperti adanya promosi dari *Washman Laundry* agar konsumen tidak ketinggalan pada informasi-informasi dan promosi yang ada di *Washman Laundry*. *Sales Promotion* yang diterapkan oleh penulis adalah membuat dan membagikan kepada konsumen sebuah kartu diskon yang akan diberikan stempel setiap melakukan pencucian di *Washman Laundry*, namun juga ada syarat-syarat yaitu pencucian harus di atas Rp 80.000,- untuk mendapatkan satu stempel. Di dalam kartu terdapat 9 kolom untuk mengisikan stempel dan 1 kolom *free*. Apabila konsumen telah mengumpulkan stempel sebanyak 9 kali maka konsumen berhak untuk mendapatkan pencucian gratis sebanyak 10 Kg.

Strategi-strategi yang dirancang oleh peneliti telah diterapkan oleh pemilik usaha *Washman Laundry* antara lain *Sales Promotion* dan *Direct Marketing*. *Sales Promotion* ini diterapkan memiliki dampak yang positif bagi pemilik usaha, dimana ia merasa adanya rasa lebih dekat atau kekeluargaan serta ikatan yang kuat antara pemilik dan konsumennya karena dengan adanya sebuah *group chatting* pemilik dapat menyampaikan promosi-promosi dengan mudah. Selain menyampaikan promosi dengan mudah, pemilik juga bisa mengumumkan

langsung kepada konsumennya ketika cucianya sudah bisa diambil. *Direct Marketing* yang diterapkan memiliki dampak yang positif juga bagi pemilik usaha. Dimana pemilik usaha merasakan meningkatnya jumlah penghasilan dan konsumennya hingga 15%. Penghasilan dan konsumen meningkat disebabkan oleh adanya kartu promosi yang menarik konsumen dan pelanggan baru, sehingga konsumen dan pelanggan baru berbondong-bondong untuk mengumpulkan stamp sehingga bisa mendapatkan gratis cucian.

7.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dari kerja praktek di usaha jasa *Washman Laundry*, maka saran yang diberikan penulis kepada *Washman Laundry* ialah agar pelaku usaha selalu *up-to-date* dengan selalu merancang inovasi-inovasi baru seperti selalu memperbarui promosi-promosinya dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih ini seperti *Social Media*. Melakukan promosi-promosi lewat *Social Media* sangat cepat sekali beredar karena zaman yang semakin canggih, hampir setiap orang dewasa hingga tua memiliki *smartphone* yang selalu berada di samping mereka, sehingga promosi-promosi yang telah dibuat oleh pelaku usaha dapat diketahui oleh masyarakat dan semakin dikenal oleh masyarakat di Kota Batam.