

## **BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN**

### **7.1 Kesimpulan**

Jack Barbershop merupakan UMKM yang berlokasi di Sungai Panas, Batam. Sesuai dengan namanya Jack Barbershop bergerak di bidang kecantikan dan perawatan rambut yang menargetkan kalangan menengah kebawah sebagai pangsa pasarnya. Melalui harganya yang relatif murah yaitu mulai dari Rp.20.000.- Jack Barbershop juga dapat dengan mudah menjangkau pelajar dan mahasiswa. Adapun beberapa penerapan bauran promosi yang telah dirancang oleh penulis untuk membantu mengembangkan usaha Jack Barbershop dan juga mengatasi beberapa permasalahan yang dihadapi Jack Barbershop.

Berikut beberapa bauran promosi yang diterapkan pada Jack Barbershop:

- a. Periklanan, menyebarkan brosur yang berisi informasi-informasi mengenai Jack Barbershop. Mulai dari lokasi, harga, produk yang dijual, layanan yang diberikan dan juga promosi berupa *reward card*.
- b. *Sales promotion*, penulis merancang *reward card* untuk menambah omzet dari Jack Barbershop dan juga mengatasi permasalahan dari Jack Barbershop yaitu adanya pelanggan yang suka berpindah-pindah tempat gunting, dengan adanya *reward card* ini diharapkan pelanggan lebih loyal dan tidak berpindah-pindah. Sistem dari *reward card* ini juga sangat sederhana dan mudah dimengerti, dan juga memberikan efek yang sangat baik.

Hasil dari implementasi bauran promosi ini memberikan dampak yang positif, dimana adanya peningkatan yang cukup signifikan pada Jack Barbershop dan juga menambah kesadaran masyarakat akan adanya Jack Barbershop.

### **7.2 Saran**

Adapun beberapa saran yang disampaikan oleh penulis kepada Jack Barbershop yakni:

- a. Pemilik usaha sebaiknya menambah satu kursi pangkas agar pelanggan tidak menunggu terlalu lama. Karena ini akan mempengaruhi imej dari

Jack Barbershop yang dikhawatirkan tertanam di benak masyarakat bahwa Jack Barbershop merupakan tempat pangkas yang antriannya lama.

b. Sebagai tambahan, pemilik dapat menambahkan beberapa jenis *pomade* atau pun *gel* rambut agar lebih bervariasi dan cocok pada pelanggan lainnya.

c. Pemilik usaha dapat menjalin kerja sama dengan distributor agar produk yang kemudian ditawarkan di Jack Barbershop dapat lebih murah dan terjangkau.

d. Tetap aktif melakukan promosi melalui brosur karena dapat berpotensi untuk mendapatkan pelanggan baru dan juga dengan pembagian brosur ini diharapkan Jack Barbershop bisa menjadi *barbershop* yang selalu menjadi pilihan utama masyarakat.

e. Tetap aktif menggunakan media sosial sebagai media untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan masyarakat secara langsung untuk membangun imej dan kepercayaan masyarakat akan kualitas dari Jack Barbershop dan juga menggunakan media sosial sebagai sarana promosi untuk meningkatkan omzet dari Jack Barbershop.