

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis strategi promosi yang diterapkan pada Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Strategi promosi yang dilakukan Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan dilakukan dengan perencanaan promosi, proses implementasi dan evaluasi. Proses perencanaan terbagi menjadi mengidentifikasi segmentasi pasar berdasarkan geografi, demografi dan psikografi. Dalam hal ini, Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan mengambil seluruh segmen dengan memfokuskan pada keluarga. Hal ini disesuaikan dari produk, layanan dan fasilitas yang ada di Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan. Kemudian Menentukan tujuan promosi agar dapat meningkatkan penjualan Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan. Selanjutnya Merancang pesan yang efektif agar dapat menarik konsumen untuk datang ke Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan. Dalam perencanaan promosi juga dipilih media komunikasi yang akan digunakan, tentu hal ini dilakukan agar promosi yang dilakukan sesuai dengan karakteristik target pasar Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan.

Selain itu, perencanaan promosi juga memproses alokasi total anggaran yang digunakan untuk melakukan promosi. Kemudian menentukan bauran promosi, di sini Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan menggunakan periklanan dalam bentuk brosur, *banner*, *billboard*, kemudian radio. Selain itu

juga menggunakan *sales promotion* dalam bentuk potongan harga atau promo lainnya. Kemudian secara *personal selling* dan menggunakan publisitas di beberapa media kuliner *online*.

Dalam mengukur, seberapa efektif promosi yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan, maka Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan perlu mengukur hasil bauran promosi. Berdasarkan data yang diperoleh, data penjualan Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan terus mengalami peningkatan, artinya strategi promosi yang digunakan berhasil meningkatkan penjualan. Selain itu, karena Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan menggunakan banyak media promosi, maka harus dapat mengelola dan mengkoordinasi proses masing-masing alat promosi yang digunakan sehingga dapat efektif dalam meningkatkan penjualan Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan.

Setelah melakukan perencanaan, dilanjutkan dengan proses implementasi promosi. Dalam hal ini yang bertanggung jawab untuk promosi adalah Edi Supriono selaku supervisor dan pelaksanaan promosi dan juga diketahui langsung oleh Wisnu Fajar selaku *owner* dari Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan. Jika semua strategi yang direncanakan sudah terlaksana, maka Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan melakukan evaluasi terhadap hasil dan dampak yang ditimbulkan dari strategi promosi tersebut. Dalam hal ini, berdasarkan sajian data dan analisis data, diperoleh hasil bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan dalam bentuk media cetak (brosur, banner, billboard) dan media *online* (*facebook*) telah

berhasil meningkatkan penjualan Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan pada Tahun 2016. Hasil ini tentu dapat dilihat dari indikator-indikator dari strategi promosi Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan yang memberikan hasil positif terhadap penjualan.

Adapun faktor pendukung dari strategi promosi di Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan yaitu lokasi, media sosial *facebook* yang gratis, dan Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan yang memiliki menu spesial Sego Wiwit. Hal ini tentu dapat dimanfaatkan oleh Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan dalam menunjang proses promosinya untuk terus meningkatkan penjualan.

Sedangkan, untuk faktor penghambat di Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan yaitu, kegiatan promosi yang tidak terstruktur khususnya untuk promosi yang ditawarkan kepada *travel agent*, hal ini menyebabkan *travel agent* meminta potongan harga yang besar yang tidak sesuai dengan budget promosi. Faktor penghambat lainnya berdasarkan fasilitas parkir, di mana ketika musim liburan daya tampung parkirnya tidak dapat memenuhi. Hal ini menjadi penghambat dalam promosi karena, terkadang untuk memasarkan produk ke rombongan atau wisatawan dalam jumlah besar salah satu daya tarik yang bisa dipertimbangkan adalah adanya lahan parkir yang luas.

Hal menarik yang dapat diambil dari hasil penelitian ini bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana promosi yang sangat efektif dan efisien dalam mencapai target sasaran. Hal tersebut dapat dilihat dari kecepatan informasi yang dapat disampaikan kepada konsumen dengan cepat sehingga respon yang

ditimbulkan konsumen juga cepat. Selain itu, strategi promosi melalui media online dan media sosial sangat tepat digunakan untuk rumah makan yang memiliki budget kecil untuk promosi. Sehingga meskipun dengan dana yang terbatas namun tetap dapat menjalankan strategi promosi yang ada.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait, yaitu:

1. Dalam usahanya untuk memaksimalkan promosi, Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan harus membuat anggaran yang khusus promosi, sehingga proses promosi dikedepannya dapat lebih terencana dengan baik sesuai dengan alokasi anggaran yang diberikan
2. Untuk radio sendiri masih belum optimal sebagai media promosi. Karena pendengar radio saat ini sudah semakin sedikit. Selain itu, saat ini adanya media online seperti melalui sosial media facebook, Instagram dan website dirasa lebih efektif untuk mempromosikan Rumah Makan Sego Wiwit Prambanan. Hal ini dikarenakan jangkauan yang lebih luas dan ke berbagai segmen ditambah dengan biaya yang minimal. Namun meskipun begitu Rumah Makan Sego Wiwit Prambanan juga harus menyediakan SDM yang bertugas untuk mengelola media online seperti *facebook*, *Instagram* dan website serta media online lainnya.
3. Sebaiknya, Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan memepertimbangkan untuk lebih mengoptimalkan penggunaan media

*online* seperti *facebook*, *instagram* dan *website*. Dengan begitu dapat menarik konsumen baru dan jangkauan promosinya dapat lebih luas.