

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penggunaan strategi promosi Rumah Makan Intan Jatibarang dengan menggunakan perencanaan promosi yaitu dengan menganalisa *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman) dan menggunakan strategi promosi dengan tujuh langkah yang Strategis. Langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi target audiens mencakup semua kalangan dari berbagai profesi dan dari segi geografis lebih menargetkan daerah Brebes dan Tegal, langkah yang kedua adalah menentukan tujuan komunikasi, langkah yang ketiga adalah memilih merancang pesan yang keempat adalah memilih saluran komunikasi, menggunakan media elektronik seperti radioGSM, langkah kelima adalah mengalokasikan total anggaran promosi yang keenam adalah memilih bauran promosi seperti *advertising*, *sales promotion*, *publisitas* yang ketujuh adalah dengan mengukur hasil promosi, dengan mengevaluasi setiap promosi yang sedang dijalankan dengan melihat indikator keberhasilan

Dengan semua langkah strategis yang digunakan terbukti meningkatnya omset penjualan Rumah Makan Intan Jatibarang pada tahun 2015.

#### **B. Saran**

1. Mempertahankan strategi promosi yang dirasa efektif dan memperbaiki strategi promosi yang ada dengan meningkatkan efektifitasnya
2. Mengikuti perkembangan teknologi salah satunya dapat bekerja sama dengan pihak ketiga yaitu seperti (go-jek)

3. Memperluas media promosi yaitu dengan pemangan media seperti media elektronik (TV lokal) dan media cetak (koran)
4. Rutin dalam mengelola media sosial
5. Memperbaiki sistem manajemen yang ada dan memperbanyak mengikuti *event-event*
6. Menambah kan baliho, banner dan diletakan di tempat yang strategis