

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian penelitian yang dilakukan di restoran Madam Tan Wok Bar, peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi promosi yang digunakan oleh Madam Tan Wok Bar lebih mengarah ke dalam peningkatan citra merek atau *Brand Image*. Madam Tan Wok Bar berusaha membangun citra positif makanan sehat kepada konsumen dengan menekankan tagline “*Healthy Food, Good Food and Good Mood*” yang diartikan sebagai makanan yang sehat tapi enak yang menimbulkan mood yang baik.

Pengembangan strategi promosi dalam meningkatkan minat beli dari konsumen yaitu dengan menentukan segmen pasar dan strategi penentuan posisi sudah cukup efisien. Madam Tan Wok Bar dalam melakukan promosinya memilih mahasiswa sebagai target segmentasi utamanya sudah tepat karena lingkungan sekitar Madam Tan Wok Bar banyak Universitas yang berdiri dan sesuai dengan konsep dan menu yang variatif sehingga mahasiswa tertarik untuk datang, Juga tidak menutup kemungkinan mendapat konsumen diluar dari target segmentasi utama dari Madam Tan Wok Bar.

Bauran promosi yang digunakan Madam Tan Wok Bar juga sudah tepat seperti menggunakan brosur, banner dan juga mengikuti *event-event* atau pameran kuliner yang tentu saja akan meningkatkan *Brand Awareness* kepada konsumen serta secara langsung dapat memperkenalkan Madam Tan Wok Bar kepada calon konsumen. Madam Tan Wok Bar juga aktif dalam mempromosikan produk mereka di media sosial yang tentu saja media promosi ini sangat efektif mengingat target segmentasi Madam Tan Wok Bar adalah mahasiswa, hampir seluruh mahasiswa di Yogyakarta menggunakan media sosial jadi media promosi ini sangat tepat dan selain itu media promosi ini sangat murah sehingga bisa meringankan biaya promosi dari Madam Tan Wok Bar.

Selanjutnya yaitu publisitas yang dilakukan Madam Tan Wok Bar sangat efektif. Mereka diliput oleh media lokal, nasional dan internasional yang menjadikan *Brand Image* maupun *Brand Awareness* dari Madam Tan Wok Bar sangat meningkat dan tentu saja Madam Tan Wok Bar tidak perlu mengeluarkan biaya dalam peningkatan publisitas ini.

Madam Tan Wok Bar juga dapat memanfaatkan anggaran dana yang minim untuk melakukan kegiatan promosinya, salah satunya yaitu menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produknya maupun menginformasikan program penjualan mereka. Dan tentu saja hal ini dapat terjadi karena Madam Tan Wok Bar sadar akan perkembangan teknologi saat ini sehingga dapat memanfaatkan media internet dengan sangat baik.

Namun kekurangan dari Madam Tan Wok Bar yaitu minimnya anggaran dana promosi yang diberikan, sehingga media promosi yang harusnya bisa dimanfaatkan jadi tidak bisa dikarenakan minimnya anggaran promosi. Hal ini membuat supervisor sekaligus pelaksana promosi dari Madam Tan Wok Bar harus berpikir keras untuk memaksimalkan anggaran promosi yang minim dengan membuat program promosi yang efektif.

## B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan melihat realita dilapangan, maka peneliti memiliki beberapa saran yaitu :

1. Madam Tan Wok Bar hendaknya menambah bauran promosi yang digunakan dan memaksimalkan tiap bauran promosinya agar dapat tercapai tujuan awalnya dan dapat meningkatkan jumlah konsumen.
2. Dengan turunya angka penjualan konsumen pada tahun 2015 maka seharusnya Madam Tan Wok Bar mengevaluasi program-program promosi mereka dengan tidak lagi memakai program yang sudah tidak maksimal dan menggunakan program-program baru sesuai dengan tren saat ini.
3. Salah satu media promosi Madam Tan Wok Bar yaitu media sosial masih menjadi satu dengan Madam Tan Resto Group, hal ini menjadikan tujuan dari promosi Madam Tan Wok Bar terbagi-bagi dengan restoran dari Madam Tan lainnya, sehingga menurut peneliti Madam Tan Wok Bar harus membuat media sosialnya sendiri agar lebih

fokus dalam menarik konsumen yang sesuai dengan target segmentasi dari Madam Tan Wok Bar.

4. Peningkatan jumlah anggaran promosi menurut peneliti perlu dilakukan supaya media promosi yang sebenarnya bisa digunakan oleh Madam Tan Wok Bar dapat tercapai sehingga tidak hanya menggunakan media promosi yang hanya itu-itu saja.