

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan sajian data serta analisis data dalam penelitian ini yang berjudul Strategi Promosi Jejamuran Resto Melalui Media *Fanpage Facebook* Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Periode 2013-2016, maka dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut:

#### **A. Kesimpulan**

Tahapan dalam strategi promosi yang dilakukan oleh Jejamuran Resto meliputi perencanaan strategi, implementasi/pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Dalam tahap perencanaan terdapat tiga analisis yang memiliki peran penting dalam proses perencanaan yaitu analisis peluang, analisis terhadap kompetitor, dan analisis target pasar. Setelah perencanaan strategi disusun, terdapat komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Jejamuran Resto dalam penyebaran informasi kepada konsumen pada promosinya, komunikasi pemasaran yang digunakan antara lain melalui publisitas dan komunikasi ditempat pembelian.

Dalam hal ini komunikasi pemasaran dengan berupa publisitas dan komunikasi ditempat pembelian merupakan bagian dari implementasi strategi yang dilakukan. Publisitas dilakukan dengan cara pemanfaatan testimoni konsumen pada *Fanpage Facebook* sebagai bahan informasi kepada calon konsumen. Dalam halaman *Fanpage Facebook* Jejamuran Resto terdapat berbagai macam testimoni konsumen yang membahas segi harga, menu

makanan, cita rasa, dan berbagai fasilitas yang disediakan. Disamping itu pemanfaatan testimoni konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung kenaikan jumlah konsumen per tahun. Selain itu terdapat komunikasi ditempat pembelian yang dilakukan dengan cara menawarkan produk terbarunya secara langsung kepada konsumen yang datang. Implementasi strategi yang dilakukan dengan publisitas dan komunikasi ditempat pembelian tergolong efektif, kekuatan media sosial dan cara berpromosi yang baik sangat berpengaruh terhadap suksesnya kegiatan promosi Jejamuran Resto.

Dalam tahap evaluasi hal yang harus diperhatikan dalam implementasi strategi yaitu penambahan jumlah SDM sebagai pengelola khusus *Fanpage Facebook*, pengontrolan terhadap testimoni konsumen yang masuk, kecepatan dalam merespon testimoni dan pemanfaatan media sosial lain seperti *Twitter*, *Instagram*, *Line* maupun *Path* yang saat ini banyak digunakan dalam membantu memperluas promosi dan pelayanan terhadap konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan saran yang dapat digunakan oleh Jejamuran Resto sebagai bahan pertimbangan dalam menjalankan promosinya. Berikut ini adalah saran yang diberikan oleh peneliti yang berkaitan dengan strategi promosi yang dilakukan oleh Jejamuran Resto:

1. Pemanfaatan media sosial seperti *Twitter*, *Instagram*, *Path*, maupun *Line* guna memperluas kegiatan promosi mengingat

karakteristik konsumen Jejamuran Resto yang menggunakan media internet sebagai media komunikasi dalam sehari-hari.

2. Penambahan jumlah SDM yang ditempatkan sebagai pengelola khusus *Fanpage Facebook*, sehingga Jejamuran Resto dapat memberi *feedback* langsung kepada konsumen yang berupa testimoni, kritik, dan saran.
3. Perlunya melakukan evaluasi rutin terkait konten testimoni yang terdapat pada *Fanpage Facebook* Jejamuran Resto.
4. Perlunya mengadakan pengontrolan dan penyaringan terhadap karakteristik (baik dan buruknya) testimoni konsumen.
5. Perlunya kecepatan dalam merespon testimoni konsumen yang masuk ke *Fanpage Facebook* Jejamuran Resto.