

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Secara keseluruhan Rumah Makan Mie Pedas Mbak Ning Madiun dalam menjalankan operasionalnya menggunakan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualannya yaitu sebagai berikut: pertama, meningkatkan mutu produk dan kualitas pelayanan: Kedua, menciptakan harga yang terjangkau: Ketiga, melakukan promosi melalui instagram dan facebook, bekerjasama dengan selebgram, pemasangan banner serta mendesain kemasan box, serta mendesain tempat yang bagus untuk menjadi spot foto bagi kalangan remaja. Keempat, distribusi dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Strategi pemasaran tersebut dapat mempertahankan volume penjualan Rumah Makan Mie Pedas Mbak Ning Madiun .
2. Dalam Efektivitas Strategi pemasaran yang dilakukan Rumah Makan Mie Pedas Mbak Ning Madiun, sudah sepenuhnya efektif dalam mempertahankan volume penjualannya, hal ini dibuktikan dengan setelah bekerjasama dengan selebgram, mengadakan berbagai event di media sosial, serta adanya pelayanan pesan antar langsung kepada konsumen tanpa ongkos kirim yang dimulai pada tahun 2019 dapat meningkatkan volume penjualan, walaupun belum memenuhi target pada tahun 2020 disebabkan oleh adanya wabah COVID-19. Dan mengalami peningkatan

di tahun 2021 karena tetap menjalankan strategi pemasaran. Produk yang ditawarkan halal dan memberikan tambahan pelayanan Delivery order tanpa ongkos kirim yang ada di wilayah kota Madiun dengan cepat, ramah, dan bertanggung jawab. Dari sisi harga dan diferensiasi telah mampu menawarkan harga yang terjangkau, dan menciptakan ciri khas tersendiri.

B. Saran

1. Bagi pemilik, Lokasi distribusi Rumah Makan Mie Pedas Mbak Ning Madiun cukup sempit sehingga tidak dapat menampung lebih banyak pengunjung. Akan lebih baik apabila rumah makan ini mencari tempat yang lebih luas, serta menambah fasilitas seperti musola, toilet untuk menjaga kenyamanan pengunjung.
2. Diharapkan pemilik Rumah Makan Mie Pedas Mbak Ning Madiun dapat konsisten dalam mempromosikan menu dilaman media sosial, agar dapat menjaga eksistensi sehingga menarik konsumen untuk datang.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat melakukan penelitian dengan metode yang sama tetapi dengan variabel, unit analisis dan sampel yang berbeda agar diperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep diterima secara umum.