

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Secara keseluruhan rumah makan WBN (Waroeng Bu Nanik) dalam menjalankan operasionalnya menggunakan strategi pemasaran yang diterapkan dalam usahanya. Strategi pemasaran yang digunakan yaitu dengan melakukan pengelompokan calon konsumen yang nantinya akan dijadikan target pasar. Rumah makan ini mempunyai target pasar yaitu orang tua dengan anak-anak. Sedangkan pemosisian produk pada pasar, rumah makan ini memiliki keunikan tersendiri yaitu menawarkan dua jenis menu makanan yang berbeda yaitu menu original dan menu additional. Rumah makan ini juga menerapkan *marketing mix* dalam usahanya yaitu dengan terus mengembangkan produk dengan inovasi melalui penciptaan menu makanan dengan rasa yang berbeda, serta menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas. Harga produk juga relatif terjangkau untuk konsumen. Dalam hal distribusi, untuk rumah makan ini hanya dilakukan dirumah pemilik sendiri, sehingga menciptakan rumah makan yang luas dan nyaman. Selain itu, rumah makan ini dikenal banyak konsumen dari *word of mouth* dan dengan melakukan promosi di media sosial *Facebook*.
2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan adalah dengan meningkatkan kualitas produk, dan memberikan *service* atau pelayanan yang ramah, karena ini merupakan faktor kunci utama untuk mempengaruhi

penjualan yang ada dirumah makan WBN (Waroeng Bu Nanik). Ini terbukti dari data penjualan rumah makan WBN (Waroeng Bu Nanik) yang setiap tahunnya terus meningkat. Peningkatan ini juga tidak terlepas dari penerapan strategi pemasaran yang telah diimplemetasikan atau diterapkan serta pengembangan strategi pemasaran yang terus ditingkatkan untuk mencapai hasil yang lebih baik.

B. Saran

1. Bagi WBN (Waroeng Bu Nanik)

- a. Rumah makan WBN (Waroeng Bu Nanik) sebaiknya ditambahkan lagi cara berpromosi di media sosial seperti Instragam dan WhatsApp, karena di Instagram jangkauan pembeli lebih luas dibandingkan hanya di Facebook saja. Dengan meningkatkan promosi maka akan tersebar lebih luas informasi terkait penawaran produk yang ada dirumah makan ini.
- b. Penambahan menu pendamping seperti sundukan atau bakaran dan makanan ringan sebagai menu penutup.

2. Bagi Akademisi atau Peneliti Selanjutnya

Dengan melihat berbagai keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian berikutnya dengan objek dan sudut pandang yang berbeda. Penelitian lanjutan sebaiknya dikembangkan dengan lebih baik dan mendalam agar dapat menambah pengetahuan serta menyempurnakan penelitian-penelitian terdahulu.