

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pemasaran pada Rumah Makan Bu Lis di Plandaan Kedungwaru Tulungagung, dapat di simpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan Rumah Makan Bu Lis menggunakan strategi-strategi dari buku yang terdiri dari sebagai berikut. Produk yang diterapkan oleh Rumah Makan Bu Lis yaitu jenis produk yang dijual beraneka ragam, mengandalkan kualitas dan rasa. Harga produk pada Rumah Makan Bu Lis standart atau umum untuk semua kalangan, memberi potongan harga kepada konsumen. Lokasi pada Rumah Makan Bu Lis strategis karena berada di pinggir jalan raya dan di samping sekolahan selain itu tempat yang bersih. Promosi yang dilakukan Rumah Makan Bu Lis dilakukan secara offline yaitu dengan memasang benner di pinggir jalan dan promosi mulut ke mulut, untuk online melalui google maps dan whatsapp. Orang ataupun SDM ditempatkan sesuai keahliannya dan langsung praktek. Proses berupa peralatan pendukung produk lengkap dan memadai. Bukti fisik berupa fasilitas untuk kenyamanan konsumen seperti wifi, cctv, tv, kulkas, kipas angin dan wastafel dan juga tempat yang bersih.

2. Kendala yang dialami pada Rumah Makan Bu Lis dalam menerapkan strategi produk adalah jenis produk pada Rumah Makan Bu Lis merupakan jenis makanan tidak tahan lama karena tidak memakai pengawet. Kendala dari strategi harga adalah bahan baku seperti daging sapi terkadang mengalami kenaikan yang tinggi yang mempengaruhi pada penjualan. Kendala dalam pemilihan lokasi yang di alami Rumah Makan Bu Lis yaitu kurang luasnya tempat dan terdapat pesaing disekitar lokasi tersebut. kendala dari segi promosi yaitu pemilik pada awalnya cukup kesulitan untuk memperkenalkan produknya karena belum mengenal promosi online dan hanya menggunakan jenis promosi mulut-kemulut. Kendala dari segi orang atau SDM yaitu terkadang karyawan tidak masuk dikarenakan suatu sebab dan perselisihan pendapat antar karyawan. Kendala dari segi proses terkadang bahan baku langka seperti tabung gas LPG. Kendala dari segi bukti fisik yaitu bentuk meja dan kursi yang menjjang sehingga menyebabkan boros tempat.

B. Saran

1. Bagi Akademis

Bagi pihak akademik untuk dapat dijadikan bahan referensi sekaligus menambah informasi yang mengenai strategi pemasaran pada suatu bisnis.

2. Bagi Rumah Makan Bu Lis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadi bahan evaluasi bagi pihak Rumah Makan Bu Lis mengenai pemilihan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk memajukan usahanya. Penerapan strategi pemasaran pada Rumah Makan Bu Lis sudah baik, namun tetap harus ditingkatkan lagi agar tidak terjadi masalah ataupun kendala yang dapat menurunkan penjualan yang berpengaruh pada pendapatan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti yang akan datang bisa dijadikan salah satu referensi dan sumber informasi dan disarankan untuk meneliti dalam kajian yang sama sesuai dengan strategi pemasaran dengan mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan judul yang berbeda.