

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PM Resto and Cafe. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari informan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada strategi promosi yang dilakukan menggunakan *Integrated Marketing Communication* (IMC) yaitu *advertising* (periklanan) hanya menggunakan media sosial instagram, *public relation* (hubungan masyarakat) yang dilakukan adalah mengadakan event-event perayaan hari tertentu, *sales promotion* (promosi penjualan) yang dilakukan adalah mengadakan foto contest untuk para pelanggan PM Resto and Cafe pada media sosial instagram, dan promosi yang terakhir adalah *personal selling* (penjualan tatap muka) yang dilakukan PM Resto and Cafe yaitu owner terjun secara langsung untuk menawarkan beberapa menu baru.
2. Strengths (Kekuatan) yang dimiliki oleh PM Resto and Cafe sudah sangat jelas dikatakan oleh Jennete Kaman, bahwa semua makanannya *non MSG* dan minumannya tanpa bahan pengawet.
3. Weakness (kelemahan) yang terdapat pada PM Resto and Cafe adalah kurangnya promosi dan letak resto yang jauh dari keramaian kota ketika malam tiba, membuat resto ini sepi pengunjung selain *weekend*. Karna

pasti pengunjung lebih memilih tempat makan sekaligus nongkrong di kota yang ramai. Dalam hal promosi PM Resto and Cafe juga sangat kurang, PM Resto and Cafe belum menggunakan promosi seperti, brosur, spanduk, dan baliho.

4. Opportunities (peluang) yang dimanfaatkan oleh PM Resto and Cafe adalah memanfaatkan restonya sebagai tempat meeting, acara ulang tahun, event-event tertentu, dan juga sebagai lokasi foto prewedding.
5. Threats (ancaman) yang terdapat pada PM Resto and Cafe adalah terjadinya peniruan konsep, menu, dan perekrutan karyawan secara tidak *fear*.

## **1.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang dibuat oleh penulis dari hasil pembahasan faktor-faktor yang mendasari strategi komunikasi pemasaran pada PM Resto and Cafe, oleh karena itu penulis menyarankan:

1. Pada kegiatan promosi penulis menemukan kekurangan pada pihak PM Resto and Cafe yang hanya menggunakan media sosial intagram untuk promosi. Tapi harus lebih giat melakukan promosi-promosi di media lainya, seperti media cetak surat kabar, brosur, dan baliho untuk menarik konsumen pelanggan lebih banyak. Memasang umbul-umbul pada sekitar resto agar PM Resto and Cafe letaknya terlihat oleh calon pelanggan, karena logo resto yang kurang terlihat menyebabkan calon pelanggan tidak sadar bahwa ada resto.

2. Untuk mengatasi kelemahan yang ada, saran penulis untuk restaurant PM Resto and Cafe adalah agar selalu memepertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sampai sekarang masih dipegang teguh oleh PM Resto and Cafe sebagai restaurant yang *healty* bebas MSG dan *double protect* akan kebersihannya.
3. Peneliti sadar akan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu kritik dan saran peneliti harapkan dari pembaca. Serta sebagai pedoman bagi peneliti selanjutnya agar bisa lebih mempersiapkan object tentang *Integrated Marketing Communication*, sehingga hasilnya bisa lebih baik lagi.