

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai penerapan bauran promosi di Griyo Nangkring & Ngopi Mbah Digdo maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Periklanan yang dilakukan oleh Griyo Nangkring & Ngopi Mbah Digdo Yogyakarta menggunakan media konvensional barang cetakan berupa brosur dan buku menu.
2. Griyo Nangkring & Ngopi Mbah Digdo melakukan promosi iklan melalui media konvensional *merchandise* berupa stiker yang dapat dibawa pulang oleh pelanggan.
3. Media konvensional *outdoor* yang digunakan oleh Griyo Nangkring & Ngopi Mbah Digdo dalam mempromosikan kedai kopinya dengan menggunakan papan nama kayu khas tradisional.
4. Griyo Nangkring & Ngopi Mbah Digdo menggunakan media interaktif melalui *platform* media sosial seperti IG, Tiktok, Youtube, *Whatsapp* yang memungkinkan pelanggan berinteraksi langsung untuk melakukan pemesanan ataupun reservasi tempat.
5. Griyo Nangkring & Ngopi Mbah Digdo menerapkan *sales promotion* dalam mempromosikan produknya dengan memberikan potongan harga sebesar 50% untuk semua item dan memberikan juga *free 1 cup* kopi hitam apabila makan di tempat pada saat *grand opening* dan memberikan

potongan harga sebesar 17% untuk setiap pembelian makanan dan minuman saat memperingati hari kemerdekaan Republik Indonesia.

6. Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo melakukan *direct marketing* dengan menggunakan sosial media instagram melalui *direct message*, memungkinkan pelanggan untuk bertanya dan memesan produk tanpa harus datang, berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara memberikan informasi terkait jadwal buka, menu-menu, hingga suasana di kedai pada waktu *posting* melalui *insta story*.
7. Dalam penerapan strategi bauran promosi, *public relation* dan *word of mouth* merupakan media promosi paling efektif yang telah dilakukan oleh Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo. *Public relation* dengan memfasilitasi pengadaan nobar sepak bola, moto GP, hingga *fun match mobile legend* membuat Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo semakin dikenal dan membuat *positioning* yang kuat di kalangan mahasiswa dan pekerja yang merupakan target pasar utama Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo.
8. *Word Of Mouth* juga merupakan media bauran promosi yang paling efektif di Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo, dengan adanya WOM promosi dapat dilakukan secara otomatis oleh pelanggan yang merasa puas akan pengalaman yang didapat dengan memberikan *feedback* yang positif, sehingga pelanggan dapat menyarankan ataupun merekomendasikan Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo kepada teman, rekan kerja dan keluarga yang akan mengadakan rapat, event, atau

sekedar menghabiskan waktu bersama sambil menikmati secangkir kopi dan cemilan.

9. Bauran promosi yang telah dilakukan oleh Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo sudah cukup tepat, terbukti dengan adanya *word of mouth*, *sales promotion*, *public relation* dapat menambah pelanggan yang datang dan menambah penjualam di Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo. Namun ada beberapa penerapan yang belum maksimal seperti penggunaan media informasi atau media sosial sebagai media promosi karena masih kurang konten yang menarik untuk di-*posting*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, makan saran atau masukan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan khususnya dalam menetapkan penerapan bauran promosi yaitu:

1. Periklanan

Dalam penggunaan media sosial instagram, tiktok, youtube ada baiknya lebih rutin dalam memberikan atau mem-*posting* konten-konten yang menarik sehingga lebih dapat menjangkau target pasar yang lebih luas.

Lebih sering membuat brosur-brosur yang berisikan informasi dan menu-menu yang ada di Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo, dan menyebarkan brosur di area kampus ataupun sekitar.

2. Sales Promotion

Dalam penerapan *sales promotion* Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo dapat lebih sering dalam pemberian promosi penjualan saat *event-event* tertentu dan pengadaan promosi untuk pembelian tertentu.

3. *Public relation*

Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo bisa lebih sering mengadakan Nobar dan menggelar *event-event fun match*, karena dengan begitu dapat meningkatkan penjualan dengan cukup signifikan

4. *Direct Marketing*

Griyo Ngangkring & Ngopi Mbah Digdo bisa lebih cepat saat merespon pesanan saat pelanggan menghubungi melalui sosial media seperti whatsapp dan *direct message*.