

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis penelitian serta juga pembahasan yang dilakukan oleh penulis, dapat ditarik dengan kesimpulan sebagai berikut :

1. Warung Ayam Ngumpet melakukan upaya yaitu suatu hal strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada aplikasi Grab dengan menggunakan Grabfood, yaitu melalui promosi yang dilakukan dengan ketentuan yang sudah disepakati oleh pihak warung Ayam Ngumpet dan pihak Grabfood.
2. Warung Ayam Ngumpet ini dikaitkan dengan Teori New Media karena dengan tujuan untuk menginformasikan kepada para pelanggan yang menggunakan aplikasi Grabfood bahwa warung Ayam Ngumpet memberikan promosi pada setiap pemesanannya.
3. Pada strategi promosi yang telah dilakukan oleh pihak Grabfood dan pihak warung Ayam Ngumpet juga membutuhkan dana lebih sesuai yang telah ditetapkan oleh pihak Grabfood dan disetujui oleh pihak warung Ayam Ngumpet.
4. Dengan menggunakan aplikasi Grabfood sebagai wadah untuk menjalankan usaha tersebut, warung Ayam Ngumpet juga mendapatkan keuntungan dan pendapatan yang lebih signifikan.
5. Beda hal nya dengan tidak menggunakan aplikasi Grabfood pada penjualan secara langsung atau offline, pihak warung Ayam Ngumpet hanya mendapatkan keuntungan yang lebih kecil dibandingkan dengan

penjualan secara online.

6. Strategi promosi yang telah dijalankan yaitu dengan melakukan Product Elements, Place, Promotion and Education, Price and Outlayss, Process, Productivity and Quality, People, Physical Evidence.
7. Dengan adanya hasil penelitian yang sudah dilakukan kita dapat mengetahui strategi promosi warung Ayam Ngumpet dalam aplikasi Grabfood dengan menggunakan berbagai macam sistem promosi, yaitu dengan memberikan potongan harga sebesar 40% di setiap pembelian dan juga potongan harga yang lainnya dengan minimal pembelian 100rb, lalu mereka juga melakukan promosi melalui metode pembayaran dengan menggunakan kartu kredit atau dengan sistem self pick-up.
8. Terkait dengan adanya ulasan-ulasan positif yang ditampilkan dan diberikan oleh pelanggan melalui aplikasi Grabfood membuktikan bahwa produk makanan tersebut sangat direkomendasi untuk dikonsumsi para pelanggan dan juga membuat warung Ayam Ngumpet mendapatkan rating bintang 4.8 sehingga menjadikan salah satu daya tarik pelanggan untuk membeli produk makanan tersebut.
9. Dengan adanya hal tersebut penggunaan aplikasi Grabfood pada Warung Ayam Ngumpet merupakan new media atau alat strategi promosi pada pihak Warung Ayam Ngumpet.
10. Adanya hal ini menjadikan konsumen menjadi lebih mudah dan efektif untuk membeli ataupun memesan produk makanan secara cepat dan dengan biaya yang cukup murah atau dapat dijangkau.

11. Dengan adanya ini juga mendapatkan factor pendukung untuk meningkatkan penjualan yang telah diatur dengan baik oleh owner Ayam Ngumpet.
12. Adanya juga factor pendukung sehingga adanya penjualan yang terus berjalan karena dengan pelayanan yang cukup maksimal dan karyawan yang sangat cepat tanggap bertoleransi.
13. Dengan adanya hal tersebut juga dapat membuktikan bahwa Ayam Ngumpet juga ada pembeli atau pelanggan secara langsung dan juga yang termasuk pelanggan loyal.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis saat proses penelitian ini penulis merasa bahwa strategi promosi melalui aplikasi Grabfood yang dilakukan oleh pihak warung Ayam Ngumpet sudah maksimal karena dari hasil penelitian ini kita dapat melihat cara dari kedua belah pihak dalam melakukan kesepakatan dalam menentukan promosi yang telah dilakukan dan dapat dilihat dengan adanya perbedaan keuntungan yang didapatkan secara online maupun offline.

Penulis pun terbuka kepada peneliti selanjutnya untuk terbuka pada saat penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, dan ada beberapa hal yang akan disampaikan kepada pihak warung Ayam Ngumpet untuk :

1. Menurut kesimpulan dari wawancara oleh Informan, penulis menyimpulkan bahwa Informan memilih aplikasi Grabfood karena adanya promosi yang dilakukan oleh pihak Grab. Penulis menganjurkan pihak

warung Ayam Ngumpet melakukan promosi pada platform aplikasi lain tidak hanya pada Grabfood saja, tetapi melalui promosi yang dilakukan oleh aplikasi Gofood ataupun aplikasi Shopeefood.

2. Agar pihak Grabfood sedikit menurunkan komisi pada pembagian hasil kepada pihak warung Ayam Ngumpet karena menurut penulis komisi yang ditetapkan terlalu besar untuk ukuran UMKM Mikro.
3. Agar pihak warung Ayam Ngumpet bisa lebih komunikatif dalam memberikan informasi terkait dengan produk dan promosi yang sedang dilakukan melalui media sosial termasuk pada akun Instagram warung Ayam Ngumpet tersebut.
4. Menurut kesimpulan penulis dalam melakukan suatu ada beberapa hal yang dilakukan pada pihak warung Ayam Ngumpet untuk meningkatkan kualitas produk makanan dengan cara melakukan quality control.
5. Karena komisi yang terlalu tinggi pada aplikasi Grabfood sehingga pihak warung Ayam Ngumpet menaikkan harga yang lebih tinggi sehingga dapat memberatkan beberapa pelanggan warung Ayam Ngumpet.
6. Dengan adanya hasil penelitian ini penulis memberi saran kepada pihak warung Ayam Ngumpet untuk menggunakan media sosial berupa Instagram Business sehingga dapat memasang iklan dan promosi kepada pengguna Instagram lainnya.
7. Dengan Adanya penelitian ini kita dapat melihat bahwa pentingnya pengetahuan kita untuk memahami tentang pentingnya promosi untuk menjalankan suatu bisnis.

8. Kita dapat melakukan promosi dengan cara apapun sehingga dapat menjalankan promosi yang telah dilakukan dan dilaksanakan.
9. Saran kami yaitu untuk lebih menyarankan dengan menggunakan aplikasi lain yang lebih kecil komisinya agar dapat keuntungan lebih besar.
10. Dengan adanya hal tersebut kita dapat mempelajari bagaimana cara promosi yang baik dan menguntungkan bagi para penjual.
11. Saran kami dengan pihak ayam ngumpet untuk memperbanyak promosi dengan cara yang berbeda.
12. Untuk mengatasi hambatan strategi promosi yang telah dilakukan dan juga dapat meningkatkan penjualan sebuah usaha yang dapat mencapai tujuan juga sangat berpengaruh oleh kemampuan pihak Warung Ayam Ngumpet dalam mempromosikan hasil produknya. Pihak warung Ayam Ngumpet juga harus meneliti secara jelas dan memerhatikan setiap promosi ataupun peluang kesempatan dalam memenuhi kebutuhan setiap pelanggannya dan juga dalam mempromosikan hasil produknya.
13. Dengan adanya hal tersebut promosi juga merupakan factor penting sebagai penentu keberhasilan suatu penjualan, maka dari itu sangatlah penting hal promosi harus dilakukan pada setiap harinya.
14. Saran kami pada pihak warung Ayam Ngumpet juga harus memerhatikan alat promosi yang lain, dengan menggunakan social media dan platform online sebanyak dan semenarik mungkin.