

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah penulis melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) yaitu (*promotion*) yang mempengaruhi penurunan pendapatan pada warnet Hans Pro Gaming 2. Kurangnya dalam memaksimalkan promosi kegiatan promosi yang dilakukan oleh warnet Hans Pro Gaming 2 belum dilakukan secara maksimal, kurangnya promosi atau pemasaran akan jasa dan produk yang ditawarkan yaitu papan nama yang sudah lama dan kurang jelas, dan yang paling utama sudah ada situs/akun usaha di internet seperti di facebook dan instagram tetapi tidak dimanfaatkan sebagai bentuk promosi hanya mengandalkan dan melakukan promosi dari mulut ke mulut (*Mouth To Mouth*) yang dimana hanya mempromosikan sebuah jasa dan produk dari satu orang ke orang lainnya saja.
2. Berdasarkan hasil penelitian analisis SWOT dan matriks SWOT maka sesuai dengan teori (Rangkuti, 2015) dapat diperoleh nilai IFAS dan EFAS yaitu:
Kekuatan (Faktor Internal) : 2,1976
Kelemahan (FaktorInternal):1,4654
Peluang (Faktor Eksternal): 1,8458
Ancaman(FaktorEksternal):1,8236
Diketaui bahwa titik koordinat terletak pada 0,3661 dan 0,0111 dimana menunjukkan bahwa posisi warnet Hans Pro Gaming 2 berada pada kuadran I (satu) yaitu kuadran agresif dimana kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan tersebut dan kekukatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

5.2 Saran

1. Bauran pemasaran yang dapat dilakukan untuk menghindari terjadinya penurunan pendapatan pada usaha warnet Hans Pro Gaming 2 yaitu:
 - a. Warnet Hans Pro Gaming 2 dalam hal promosi seharusnya tidak hanya melakukan promosi dari mulut ke mulut (*Mouth To Mouth*), harus bisa lebih memanfaatkan seluruh media promosi yang ada padahal sudah ada akun/web usaha nya tapi mengapa tidak di manfaatkan, selanjutnya disarankan untuk memperbaiki papan nama atau banner yang sudah lama supaya orang yang lewat bisa kelihatan jelas.
2. Strategi yang dapat diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) dimana perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan pilihan strategi menggunakan strategi SO (*Strengths-Opportunity*), maka strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada warnet Hans Pro Gaming 2 dalam mencapai target pendapatan yaitu:
 - a. diversifikasi usaha dengan memperluas pangsa pasar, atau mengembangkan usaha lama.
 - b. memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan perkembangan teknologi seperti melakukan promosi di sosial media instagram dan facebook, karena dapat media sosial merupakan strategi promosi yang sangat efektif.