

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti mengambil kesimpulan dari penelitian mengenai Strategi Pemasaran Produk Teh Hitam Menggunakan Analisis SOAR di PT. Rolas Nusantara Mandiri Surabaya ini sebagai berikut:

1. Identifikasi faktor internal eksternal menghasilkan 6 faktor kunci internal kekuatan, 3 faktor kunci internal aspirasi, 4 faktor kunci eksternal peluang dan 3 faktor kunci eksternal hasil. Analisis matriks IFE memperoleh skor sebesar 3,19 sehingga termasuk kategori *strong* dengan faktor internal paling berpengaruh terhadap strategi pemasaran produk teh hitam adalah faktor Penerapan SOP yang Ketat dan Konsisten dengan skor 0,58. Analisis matriks EFE memperoleh skor sebesar 3,58 sehingga termasuk kategori *high* dengan 3 faktor kunci eksternal paling berpengaruh terhadap strategi pemasaran produk teh hitam yaitu produk yang dihasilkan tidak bertengangan dengan budaya masyarakat, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap teh sebagai produk minuman yang memiliki banyak khasiat bagi kesehatan tubuh karena mengandung antioksidan, dan mendapatkan banyak *partner* bisnis dan volume penjualan meningkat dengan masing-masing skor sebesar 0,56.
2. Alternatif strategi pemasaran produk teh hitam di analisis menggunakan matriks IE dan analisis SOAR yang menghasilkan 6 alternatif strategi (2 kombinasi strategi SA, 2 kombinasi strategi OA, 1 kombinasi strategi SR, dan 1 kombinasi strategi OR).

3. Prioritas strategi pemasaran produk teh hitam berdasarkan analisis matriks QSPM adalah strategi 3 yaitu *market penetration* dengan TAS sebesar 8,00 yang dapat diaplikasikan melalui strategi membuat *campaign* yang menarik dengan menekankan konsumsi produk alami dan sehat sehingga pelanggan setia dapat meningkatkan keyakinannya dalam mengonsumsi produk.
4. Rekomendasi strategi pemasaran produk teh hitam *rolas tea* yang dapat peneliti berikan adalah dengan mengkombinasikan strategi 3 dan strategi 1 secara konsisten dan kontinu untuk dapat mencapai kategori *Top Brand*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran agar PT. RNM lebih fokus dalam meningkatkan kerjasama bersama dengan para *influencer* agar produk Teh Hitam *Rolas Tea* dapat dipasarkan lebih luas pada seluruh segmen. Saran kedua adalah, PT. RNM dapat meningkatkan kinerja bagian *digital marketing* sehingga dapat mendukung proses kerjasama dengan para *influencer*.