

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti terhadap perusahaan, kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada strategi pemasaran yang menggunakan indikator 4P, untuk produk (*product*) menawarkan produk minuman dan makanan yang bervariasi mulai dari makanan khas surabaya hingga makanan kekinian yang cenderung adaptasi makanan dari luar negeri . Harga (*price*) yang ditawarkan relatif terjangkau sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Promosi (*promotion*) dilakukan dengan menggunakan media sosial dan memanfaatkan lokasi usaha yang strategis yang dilewati oleh banyak orang. Tempat (*place*) desain *interior* yang menarik yang membuat konsumen betah dan nyaman untuk berlama-lama di Café ini.
2. Café CakCuk Surabaya memiliki kekuatan internal sebesar 1,75, kelemahan 1,20, peluang 1,45 dan memiliki ancaman sebesar 1,65.
3. Hasil dari diagram analisis SWOT pada Café CakCuk Surabaya berada pada posisi kuadran 2 (dua) yang mendukung strategi diversifikasi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dan meminimalisir ancaman yang akan datang.

5.2 Saran

1. Strategi pemasaran yang bisa di terapkan pada Café CakCuk Surabaya untuk kedepannya agar bisa terus berkembang dan dapat meningkatkan penjualan secara stabil dengan menggunakan strategi diversifikasi, yaitu :
 - a. Mempertahankan karakter café yang nyaman, bersih dan berkarakter khas Surabaya.
 - b. Memanfaatkan semaksimal mungkin media sosial yang ada sebagai media promosi serta aktif dalam menanggapi komentar calon konsumen maupun konsumen pada media sosial.
 - c. Berinovasi dengan menambahkan menu produk baru khususnya menu makanan yang di tawarkan oleh pihak Café CakCuk sendiri serta menawarkan potongan harga untuk produk tertentu.
2. Mempertahankan kinerja pelayanan karyawan yang baik dan ramah terhadap konsumen, agar konsumen merasa nyaman dan loyal kepada perusahaan.
3. Melengkapi fasilitas seperti lubang untuk *Charger* khususnya yang berada di luar karena banyak pengunjung yang bersantai sambil menggunakan peralatan elektronik.
4. Mengadakan *event* yang bekerja sama dengan komunitas, misalnya bekerjasama dengan komunitas pecinta sepak bola untuk mengadakan acara “Nobar (nonton bareng)”.