

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diambil oleh peneliti berdasarkan hasil dari analisis pada Selasar Coffeshop yaitu sebagai berikut.

1. Hasil penelitian berdasarkan strategi pemasaran menggunakan indikator 4P yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat) dan Promotion (Promosi), pada Selasar Coffeshop produk yang ditawarkan adalah aneka macam produk olahan kopi yang berkualitas dan juga produk lain non kopi bagi konsumen yang tidak menyukai kopi. Harga yang ditawarkan bervariasi tergantung produk apa yang ingin dipesan, harga yang ditetapkan mulai dari Rp 4000,00 hingga Rp 15.000,00. Tempat yang digunakan sebagai bentuk fisik penjualan produk didesain dengan model klasik berupa rumah adat jawa yaitu Joglo, disaat kompetitornya menggunakan desain minimalis dan kekinian pihak manajemen berani mengimplementasikan konsep baru tersebut. Promosi yang diterapkan Selasar Coffeshop berupa event turnamen game, Sarana Diskusi bareng dan menggunakan media online.
2. Hasil dari analisis dengan menggunakan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) adalah Selasar Coffeshop memiliki tingkat kekuatan sebesar 2.02 , Kelemahan sebesar 0.65 , Peluang sebesar 2.01 dan Ancaman sebesar 0.56 .

3. Hasil analisis SWOT dalam diagram analisis SWOT pada Selasar Coffeshop berada di posisi kuadran I yang berarti bahwa strategi pemasaran yang tepat digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah strategi Agresif. Strategi ini dapat diartikan bahwa usaha untuk memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang tersedia pada lingkungan eksternal. Strategi yang paling sesuai untuk diterapkan adalah meningkatkan minat konsumen dengan cara pengenalan produk menggunakan media online, memberikan diskon khusus pada hari atau tanggal tertentu, menjaga kualitas produk yang sudah baik, menawarkan produk inovasi lain agar konsumen tidak jenuh dan memperluas mitra usaha guna mempermudah manajemen dalam melakukan pengelolaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Selasar Coffeshop maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada Selasar Coffeshop guna menyusun strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan, antara lain :

1. Memaksimalkan metode promosi online merupakan pilihan yang sangat tepat dikala pandemi covid-19. Pada pemanfaatan media online dapat berupa membuat video visual yang cinematik kemudian diupload ke jejaring sosial dan pada media offline berupa semakin banyak acara yang diadakan oleh Selasar Coffeshop tentunya dengan mentaati protokol kesehatan yang sesuai dengan anjuran pemerintah.

2. Dalam pengelolaan Selasar Coffeshop sebaiknya melibatkan banyak sumber daya manusia dalam bidang produksi agar jumlah produksi dapat meningkat mengikuti permintaan pasar yang tinggi. Dengan banyaknya sumber daya manusia yang terlibat maka akan mempermudah manajemen Selasar Coffeshop dalam mengelola usahanya dan dalam hal pengadaan bahan baku tidak ditangani oleh satu orang saja, dengan begitu maka pihak manajemen akan lebih terfokus dalam kemajuan usahanya.
3. Menguatkan kerjasama dengan mitra usaha seperti melakukan kontrak pengadaan bahan baku sesuai dengan yang ditetapkan. Selain melakukan kerjasama juga bisa mengadakan event kolaborasi antar pelaku usaha yang sejenis, dengan begitu akan semakin memperluas wawasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Selasar Coffeshop.
4. Selalu melakukan perubahan mengikuti keinginan pasar supaya nantinya selasar coffeshop tetap akan menjadi tempat yang nyaman bagi konsumen dan dapat memberikan rasa puas terhadap semua produk yang ditawarkan. Dengan begitu maka selasar coffeshop akan menjadi kedai kopi yang memiliki kemampuan untuk memasarkan produknya secara berkelanjutan.