

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti pada Kedai Momentum Kopi dan mendapatkan kesimpulan, sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Momentum Kopi menggunakan indikator 4P yaitu : Produk (*Product*) minuman dan makanan yang ditawarkan sangat bervariasi. Ada beberapa kategori produk yaitu : *Special Milk, Natural Coffee, Special Cake, Coffee Milk, Special Squash, Special Tea, Main Course, dan Snack*. Harga (*Price*) yang ditawarkan dan ditetapkan berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk. Harga minuman berkisar dari Rp. 8000,- sampai dengan Rp. 20.000,- sedangkan produk makanan berkisar dari Rp. 16.000,- sampai dengan Rp. 23.000,-. Promosi (*Promotion*) yang diterapkan ialah promosi *word of mouth*, serta promosi melalui media sosial seperti Instagram. Tempat (*Place*) Momentum Kopi Sidoarjo sangat strategis dan dapat bersaing dengan kedai kopi sekitar. Suasana Momentum Kopi nyaman bagi konsumen, serta fasilitas yang tersedia memadai.
2. Melalui proses IFAS (*Internal Strategy Factor Analisis Sumarry*) dan EFAS (*Eksternal Strategy Factor Analisis Sumarry*), bahwa Momentum Kopi memiliki hasil pada nilai skor kekuatan sebesar 0,92, kelemahan sebesar 0,7 , peluang sebesar 1,20 , ancaman 0,35. Berdasarkan gambar

diagram analisis SWOT yang telah diketahui menunjukkan bahwa Momentum Kopi berada pada kuadran I (satu), dan situasi ini berarti bahwa Momentum Kopi memiliki peluang dan kekuatan lebih besar sehingga dapat mengerahkan faktor internal untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan apabila suatu bisnis berada di kuadran tersebut dalam kondisi seperti ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

## 5.2 Saran

Strategi pemasaran yang bisa diterapkan pada Momentum Kopi Sidoarjo untuk kedepannya agar bisa berkembang pesat dan mampu bersaing dengan kompetitornya untuk meningkatkan penjualan maupun profitnya, seperti :

1. Mempertahankan harga yang terjangkau bagi konsumen.
2. Mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen, terus meningkatkan cita rasa dan pelayanan yang baik, sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Agar konsumen memberikan *feedback* yang baik mengenai produk Momentum Kopi dan dapat merekomendasikan ke orang lain.
3. Terus berinovasi mengembangkan produk sesuai dengan perkembangan zaman. Serta menerima kritik dan saran dari konsumen.
4. Meningkatkan promosi melalui media sosial dengan membuat konten yang menarik dan konsisten. Serta dapat menggunakan jasa *paid promote* atau *endorse* agar Momentum Kopi dapat lebih terkenal dan menarik

konsumen, serta menambah penjualan dan semakin kuat dalam bersaing dengan Kedai Kopi yang lain.

5. Dapat menambah karyawan agar pelayanan ke konsumen menjadi lebih baik lagi.
6. Meningkatkan rasa komitmen karyawan terhadap perusahaan Momentum Kopi.