

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi strategi pemasaran Kopi Zest Sidikalang adalah kualitas produk yang baik dan khas, kemudahan melakukan pembelian, lokasi yang strategis, jaminan bahan baku yang berkualitas, memiliki kemasan yang menarik, sertifikat halal dan BPOM, promosi yang belum optimal, mesin produksi yang terbatas, varian produk monoton, kebersihan kurang, dan harga produk yang mahal. Faktor-faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi adalah meningkatnya tren minum kopi, kerjasama kemitraan dengan pemerintah, perkembangan teknologi, pembeli yang cenderung menjadi pelanggan, *brand image* yang baik, banyaknya pesaing, ketergantungan dengan pemasok bahan baku, perubahan selera konsumen, menurunnya daya beli masyarakat, dan kebijakan PSBB.
2. Dari hasil analisis diagram SWOT, Kopi Zest Sidikalang saat ini menempati titik kuadran I, dimana strategi pemasaran mendukung strategi yang agresif pada berbagai peluang dan kekuatan yang dimiliki. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini yaitu mendukung pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

5.2 Saran

1. Strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada Kopi Zest Sidikalang untuk kedepannya agar bisa terus berkembang dan bersaing adalah strategi SO, yaitu:
 - a) Mempertahankan kualitas dan kekhasan produk
 - b) Meningkatkan kerjasama kemitraan dengan Pemerintah
 - c) Memperluas jaringan pemasaran
2. Melakukan inovasi agar dapat menghasilkan produk yang dapat memuaskan keinginan / selera konsumen.
3. Dalam hal pemenuhan bahan baku perlu mencari petani dan pengepul kopi yang lain agar tidak terjadi ketergantungan pada satu pemasok bahan baku kopi saja.
4. Melakukan intensifikasi promosi melalui media online untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama. Hal ini dapat dilakukan melalui pemasaran melalui media sosial (*facebook ads, Instagram ads*) dan *search engine optimization (google adwords)*.
5. Meningkatkan kualitas kinerja karyawan dalam hal kecepatan dan kebersihan.