

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan Hasil dan Pembahasan diatas, maka dalam Penelitian ini Peneliti dapat menarik suatu Kesimpulan. Dimana Kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut :

##### **1. Segmentasi Pasar yang Diterapkan di BERGAS COFFEE**

###### **a. Segmentasi Geografis**

Penerapan Segmentasi Geografis pada Bergas Coffee adalah Awalnya dipasarkan atau dijual untuk masyarakat di Wilayah sekitar Bubutan Surabaya, tetapi dengan berjalannya waktu maka Produk – Produk Bergas Coffee sudah dijual atau dipasarkan ke Wilayah Surabaya dan sekitarnya. Hal itu dikarenakan Produk Bergas Coffee dapat dibeli melalui Aplikasi Online dan berupa bubuk.

###### **b. Segmentasi Psikografis**

Penerapan Segmentasi Psikografis pada Bergas Coffee adalah Produk dipasarkan atau dijual untuk masyarakat dengan gaya hidup produktif dan hemat, dimana lebih mementingkan kualitas dengan harga yang relatif ditingkat rendah maupun ditingkat atas. Tak hanya itu, Produk Bergas Coffee juga diperuntukkan bagi Orang – Orang yang suka dengan Kopi Nusantara.

### **c. Segmentasi Demografis**

Segmentasi Demografis pada Bergas Coffee adalah Produk – Produk Bergas Coffee dapat dikonsumsi untuk Wanita dan Pria dengan Usia Kisaran 14 Tahun – 59 Tahun, atau untuk Kalangan Anak Sekolah, Mahasiswa, Pekerja Kantoran, Hingga Ibu Rumah Tangga.

## **2. Strategi Bisnis yang Diterapkan di BERGAS COFFEE**

Bergas Coffee melakukan Strategi Bisnisnya dengan cara memperhatikan Strategi bauran pemasaran. Adapun Strategi tersebut adalah sebagai berikut :

### **a. *Produk***

Bergas Coffee Produk – Produk Kopi yang diproduksi atau dijual tidak mengandalkan kopi original, melainkan mencampurkan rasa kopi original dengan rasa – rasa yang disukai oleh masyarakat dan juga terdapat campuran dengan bahan bahan tradisional seperti rempah – rempah, mengeluarkan produk kopi berupa Kemasan Botol (langsung Jadi) atau kemasan yang berisi bubuk kopi.

### **b. *Harga***

Bergas Coffee menentukan harga – harga yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat yang memiliki gaya hidup produktif dan hemat, dimana masyarakat tersebut lebih mementingkan kualitas dengan harga yang relatif ditingkat rendah maupun ditingkat atas. Oleh karena itu Bergas Coffee menjual Produknya yaitu di kisaran Rp. 10.000,00 sampai dengan Rp 25.000,00

**c. Place (Tempat)**

Bergas Coffee sendiri memiliki outlet penjualan tetap di *Jalan kalibutih no 2A bubutan Surabaya* karena tempat tersebut merupakan tempat yang strategis dan dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

Tak hanya itu, Bergas Coffee juga memperhatikan kenyamanan pembeli dengan cara tempat selalu bersih, nyaman dan terdapat alunan musik.

Untuk Masa Pandemi ini, Bergas Coffee tetap memperhatikan Protokol Kesehatan dengan cara setiap pengunjung meninggalkan tempat maka selalu dibersihkan menggunakan disinfektan, jaga jarak, mengatur jumlah pengunjung, menyiapkan tempat cuci tangan, dan wajib menggunakan masker.

**d. Promosi**

Strategi selanjutnya yaitu Promosi, untuk Promosi sendiri Bergas Coffee melakukan Promosi melalui Media Online (Instagram), dengan berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi yang sangat cepat Bergas Coffee juga memanfaatkan Aplikasi Online untuk memasarkan Produk-Produk Bergas Coffee.

### 3. Efektifitas Strategi Bisnis terhadap Peningkatan Volume Penjualan

Dalam menjalankan strategi Bisnisnya Bergas Coffee selalu mencatat hasil peneluaran untuk menjalankan Bisnisnya guna untuk mengetahui apakah strategi bisnis tersebut berjalan efektif dalam meningkatkan Volume Penjualan. Berdasarkan hasil dari pembahasan data diatas yaitu menyatakan bahwa peningkatan biaya yang dikeluarkan selalu diikuti oleh peningkatan volume penjualan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Peranan Segmentasi dalam menentukan Strategi Bisnis berperan efektif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan, dimana setiap perubahan biaya yang dikeluarkan selalu mempengaruhi volume penjualan.

### 5.2. Saran

Berdasarkan Kesimpulan diatas, maka dalam Penelitian ini Peneliti dapat memberikan suatu Saran. Adapun Saran – Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pihak Bergas Coffee harus selalu mempertahankan serta meningkatkan Strategi – Strategi yang telah diterapkan, hal itu bertujuan untuk mempertahankan konsistensi dalam menjaga serta meningkatkan kualitas produk sehingga memunculkan *value* positif di benak oleh konsumen saat melakukan pembelian produk Bergas Coffee;
2. Tetap mempertahankan Kebersihan dan Kenyamanan Tempat Outlet penjualan serta menambah Keramahan kepada Konsumen agar Konsumen dapat betah berlama – lama untuk membeli produk Bergas Coffee;

3. Melakukan inovasi berkelanjutan (*sustainable*) terkait desain produk atau tempat outlet agar konsumen tidak bosan pada saat berkunjung atau melakukan pembelian ulang produk di Bergas Coffee;
4. Melakukan Evaluasi – Evaluasi tiap tahunnya agar mengetahui apa saja yang perlu diperhatikan agar Volume Penjualan tetap meningkat;
5. Pada Masa Pandemi ini, saran saya semoga selalu mematuhi protokol kesehatan seperti mengatur jarak konsumen, memakai masker, dan mencuci tangan;
6. Tidak hanya itu, pada masa Pandemi ini Para Pelaku Usaha harus tetap menjaga Kehigienisan Produk - Produknya, sehingga produk - produknya tersebut tidak mengakibatkan masalah bagi konsumen.