

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha *Toast days* Menganti Gresik, peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan merupakan indikator bauran pemasaran 4P. Dalam hal produk (Product) *Toast days* menerapkan strategi produk unggulan, dengan menggunakan bahan baku produk yang berkualitas dan premium. Produk yang ditawarkan juga beragam dan selalu menarik minat konsumen untuk membelinya. Harga (Price) yang ditawarkan relatif lebih murah dibandingkan kompetitor yang bergerak di bidang yang sama serta sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan. Tempat (Place) dengan lokasi yang mudah ditemukan secara online maupun offline akan menjadikan konsumen menjadi lebih mudah mengakses rute terbaik untuk mengunjungi *Toast days*. Promosi (Promotion) dilakukan dengan *mengandalkan* pemasaran online berupa media sosial khususnya instagram sebagai sarana promosi.
2. *Toast days* Menganti Gresik saat ini memiliki 7 (tujuh) faktor lingkungan internal dan 6 (enam) faktor lingkungan eksternal dalam menjalankan usahanya. Dari segi faktor lingkungan internal, kekuatan utama *Toast days* terletak pada kualitas produk unggulan, harga yang lebih murah, dan pelayanan yang memuaskan sedangkan kelemahan utamanya adalah kurang luasnya lahan parkir dan produk tidak bisa tahan lama untuk dikonsumsi karena termasuk makanan cepat saji. Pada lingkungan eksternal, peluang utama adalah

menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi dengan melibatkan publik figur untuk menarik lebih banyak konsumen, sedangkan ancaman utamanya adalah harga bahan baku yang melonjak dan tidak stabil.

3. Hasil penelitian diagram analisis SWOT *Toast days* Menganti Gresik berada pada kuadran I (Satu), yang mendukung strategi agresif dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang. Walaupun hasil matriks IE menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kuadran IV (empat), yaitu *Grow and Build*, posisi ini berada pada fase pertumbuhan baik dari segi penjualan, aset maupun keuntungan.

## **5.2 Saran**

1. Sebaiknya mempertahankan produk yang berkualitas dan menambah inovasi produk yang beragam agar sesuai dengan tren masa kini.
2. Sebaiknya tetap mempertahankan harga yang relatif murah daripada pesaing bisnis serupa agar tetap diminati oleh konsumen.
3. Sebaiknya mempertahankan kinerja karyawan yang ramah dalam melayani konsumen agar konsumen tidak meninggalkan kesan buruk pada *Toast days* Menganti Gresik.
4. Sebaiknya tetap menjaga hubungan baik dengan distributor pusat agar tetap mendapatkan harga terbaik untuk bahan baku produk yang dibutuhkan.
5. Sebaiknya membuka cabang baru di wilayah yang strategis yang berpotensi menjangkau konsumen dengan lebih mudah namun tetap mempertahankan kualitas produk.