

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Es Teh Indonesia Cabang Sepanjang Kab. Sidoarjo, ditemukan bahwa strategi pemasaran yang digunakan melibatkan unsur-unsur dalam bauran pemasaran 7P. Dalam hal produk, Es Teh Indonesia menawarkan berbagai varian minuman kekinian dengan total 22 menu minuman es teh yang dapat diinovasikan dengan berbagai jenis topping sesuai kebutuhan konsumen. Harga produk yang ditawarkan terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat dengan menawarkan produk berkualitas dan bermerek. Rentang harga produk tersebut berkisar dari Rp. 6.000 hingga Rp. 19.000. Tempat strategis dengan letak yang berada di tepi jalan raya dan dekat dengan pasar untuk memudahkan akses konsumen. Promosi dilakukan melalui penawaran promo menarik dalam rangka merayakan hari-hari nasional, pay day sale, dan diskon yang tersedia di platform aplikasi online seperti Gojek, Grab, dan Shopee Food. Proses pelayanan di Es Teh Indonesia Cabang Sepanjang dititikberatkan pada kecepatan dan ketepatan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Bukti fisik mencakup aspek-aspek yang terlihat atau dirasakan oleh pelanggan, seperti desain interior dan eksterior outlet, kemasan produk, peralatan, fasilitas, dan elemen visual lainnya yang memengaruhi pengalaman pelanggan.

Dengan menggunakan analisis IFAS dan EFAS, Es Teh Indonesia memiliki kekuatan dengan skor total 2,73, sementara kelemahan mendapat skor total 0,40. Peluang memiliki skor total 1,85 dan ancaman memiliki skor total 0,45. Berdasarkan diagram SWOT, Es Teh Indonesia terletak di kuadran 1, yang menunjukkan dukungan terhadap strategi agresif (pertumbuhan yang berorientasi pada pertumbuhan). Dengan merujuk pada diagram dan matriks SWOT, strategi yang diusulkan adalah strategi SO karena memiliki nilai tertinggi. Strategi SO mendukung pertumbuhan agresif dan selama fase pertumbuhan, perusahaan dapat menerapkan berbagai strategi untuk menjaga pertumbuhan pasar.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, peneliti akan menjelaskan beberapa saran yang relevan dengan temuan atau hasil penelitian:

1. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan mengenai analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan. Mereka berharap ada peningkatan dan penyempurnaan teknik yang dapat diterapkan oleh peneliti berikutnya guna meningkatkan akurasi dan efektivitas analisis. Selain itu, peneliti berharap agar penelitian masa depan dapat lebih mendalami pemahaman tentang strategi pemasaran, sehingga strategi promosi

dapat dirancang dengan lebih presisi dan responsif guna meningkatkan volume penjualan.

2. Mendalami teori yang dipelajari terkait dengan situasi lapangan dengan lebih baik. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap teori, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang hubungan antara konsep teoritis dan praktik lapangan. Integrasi pengetahuan teoritis dengan pemahaman langsung dari situasi lapangan dapat menghasilkan analisis penelitian yang lebih kaya, meningkatkan kualitas temuan, dan memberikan sumbangan yang berharga terhadap literatur ilmiah.
3. Berdasarkan temuan dari penelitian lapangan dan analisis data, penulis menyarankan untuk mengoptimalkan dan memanfaatkan segala peluang besar yang dimiliki, seperti dengan tetap mempertahankan cita rasa seluruh menu minuman es teh kekinian, menambah varian menu, harga yang ditawarkan serta pemesanan melalui aplikasi online.
4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga sebagai referensi bagi penelitian di masa mendatang, terutama dalam pengembangan bisnis yang berfokus pada strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan data yang terkumpul dari penelitian ini, diharapkan dapat merumuskan pendekatan yang lebih inovatif dan efektif dalam merancang strategi pemasaran yang mampu mengoptimalkan hasil penjualan.