

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi promosi melalui pemanfaatan media social dalam upaya peningkatan omzet penjualan melalui analisis swot dengan wawancara secara mendalam(*in depth interview*) pada *coffee shop* Kateko. Berdasarkan pada hasil dan analisis penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan dengan penggunaan media social Instagram, cukup berjalan baik. Hanya saja diperlukan peran lebih aktif dalam pemanfaatan media social sebagai alat promosi. Terutama penggunaan pada media sosial Instagram yang paling berpengaruh terhadap omzet penjualan *coffee shop* Kateko.
2. Berdasarkan proses dalam menjalankan hingga mengembangkan bisnisnya, *coffee shop* Kateko memiliki delapan faktor lingkungan internal dan delapan faktor lingkungan eksternal. Pada lingkungan internal, yang menjadi kekuatan utama berasal dari ada lingkungan internal, yang menjadi kekuatan utama berasal dari letak lokasi *coffee shop* yang strategis, design tempat yang unik dan menarik, tersedia beragam menu makanan dan minuman mulai asian food hingga western food, dan memiliki area yang cukup luas serta telah menggunakan sistem pembayaran secara modern.

3. Berdasarkan dari hasil analisis dengan menggunakan IFAS dan EFAS, *coffee shop* Kateko memiliki faktor kekuatan dengan total (2,87), sedangkan total faktor kelemahan sebesar (0,42). Ancaman menerima skor total (0,80), sedangkan Peluang menerima skor total (2,10). Berdasarkan dari diagram SWOT, *coffee shop* Kateko berada pada kuadran I dengan nilai (X;Y) (2,45;1,30) yakni mendukung strategi agresif (*growth oriented strategy*).

5.2 Saran

Adapun beberapa rekomendasi dari hasil penelitian penulis yang dapat digunakan oleh *coffee shop* Kateko agar lebih berkembang pesat, yaitu sebagai berikut :

1. Melalui beberapa kekuatan yang dimiliki oleh *coffee shop* Kateko agar dapat bekerja lebih efektif, sebaiknya semakin mempermudah petunjuk lokasi dengan strategis, menambah varian menu dengan mengikuti tren pasar, mempertahankan konsep desain *coffee shop* dan lingkungannya, serta mempertahankan adanya sistem pembayaran yang telah modern.
2. Letak lokasi *coffee shop* Kateko berada tepat di pusat atau tengah kota Surabaya. Sangat disarankan agar pihak Kateko lebih tanggap dalam memberikan petunjuk di sekitar lokasi dalam radius tertentu ataupun dengan pemasangan neon box bertulisan *coffee shop* kateko dengan posisi yang strategis, menarik dan jelas untuk dilihat dari segala sisi jalan.
3. Hendaknya lebih berperan aktif dalam memperdalam serta memperbaharui ilmu dan pengetahuan dalam melakukan kegiatan promosi menggunakan platform media sosial, terutama Instagram. Hal tersebut dapat diimbangi

salah satunya dengan melakukan perekrutan karyawan khusus yang telah ahli dalam bidang marketing atau promosi, terutama dengan *digital marketing* ataupun melakukan pengamatan terhadap tren konten pada pasar terbaru yang cocok untuk diaplikasikan pada *coffee shop*.

4. Disarankan selalu mengevaluasi dan memeperbaharui mengenai hal-hal yang sangat dibutuhkan untuk kenyamanan lingkungan *coffee shop* baik internal maupun eskternal, seperti menambahkan jumlah area *indoor* lebih banyak agar terhindar dari kejadian penumpukan konsumen pada titik atau spot tempat tertentu pada saat hujan.
5. Sebaiknya selalu menjaga dan memperluas relasi terutama pada pihak-pihak yang dapat berdampak pada penjualan *coffee shop* kateko. Hal tersebut dapat dicontohkan, salah satunya melalui mengikuti open tenant pada event- event bazar ataupun konser musik, dan aktif berinteraksi dengan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.