

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap Harmony Food & Coffe, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS Harmony Food & Coffe memiliki kekuatan sebesar 1,94, kelemahan sebesar 1, peluang sebesar 1,55, ancaman sebesar 1,07.
2. Hasil dari diagram analisis SWOT pada Harmony Food & Coffe berada pada posisi kuadran 1 yang mendukung strategi agresif dengan menciptakan yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Harmony Food & Coffe tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat berkembang menjadi lebih besar.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran 4P, untuk produk (*product*) strategi produk yang diterapkan adalah memberikan produk yang bervariasi yaitu 39 jenis minuman, 17 jenis makanan, dan 13 camilan, namun tetap menjaga kualitas dari semua produk tersebut. Harga (*price*) strategi harga yang dilakukan adalah penyesuaian harga bahan baku dengan biaya produk, dengan harga bahan baku yang terjangkau tetapi berkualitas lalu disesuaikan dengan biaya produk membuat harga dari produk Harmony Food & Coffee terjangkau tetapi memiliki

cita rasa kualitas yang tinggi. Tempat (*place*) Strategi tempat yang digunakan adalah mendaftarkan lokasi pada google maps serta dekorasi kafe Dekorasi kafe yang baik membuat para pengunjung nyaman menikmati suasana serta berfoto di dalam Harmony Food & Coffee. Promosi (*promotion*) Dalam melakukan strategi promosi yang dilakukan Harmony Food & Coffe adalah menawarkan promo menarik melewati halaman aplikasi grabfod, Web <https://harmony-food-coffe.business.site/>, dan sosial media lewat akun Instragam @harmonycafe.id.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap Harmony Food & Coffe, saran yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaraan yang dapat diterapkan sebagai alternatif pada Harmony Food & Coffe untuk kedepannya agar dapat terus berkembang dan dapat menguasai pasar adalah dengan mendukung strategi agresif (SO), yaitu

sebagai berikut :

- a) Mempertahankan tempat yang bersih dan nyaman agar konsumen semakin betah menikmati kegiatan masing-masing.
- b) Menjalin kerja sama dengan pihak gojek untuk memberikan variasi kepada konsumen yang ingin menikmati produk tetapi tidak dapat datang.

- c) Mengoptimalkan peralatan yang ada untuk membuat semakin banyak lagi menu varian kopi.
- d) Membuka cabang baru di luar Kabupaten Nganjuk dengan mempertahankan menu dari produk nya untuk memperluas pasar.
- e) Meningkatkan pelayanan kafe dan memberikan berbagai macam inovasi produk serta promo diskon menarik.