

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan alat analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Labuda Kopi pada saat ini masih berfokus pada pemasaran secara tradisional walaupun Labuda Kopi telah melakukan pemasaran secara digital berdasarkan interview yang dilakukan pemasaran tradisional lebih efektif dibandingkan dengan pemasaran digital. Dari hasil skema H-K-T-C yang telah ditetapkan yang pertama adalah langkah hapuskan yang telah ditetapkan. Untuk melakukan langkah hapuskan adalah menu Honey Spices Lime dan Honey Spices Flower Tea yang dihapus. Langkah kedua dari skema H-K-T-C yang telah ditetapkan adalah langkah kurangi. Langkah kurangi yang harus dilakukan oleh Labuda Kopi mengurangi harga produk yang sudah ditetapkan. Langkah selanjutnya adalah langkah tingkatkan yang sudah ditetapkan oleh skema H-K-T-C. menambahkan stand dengan adanya tempat teduh, meningkatkan strategi pemasaran serta meningkatkan dengan cara menambah fasilitas yang diberikan. Langkah yang terakhir adalah langkah ciptakan dari skema H-K-T-C yang sudah ditetapkan ialah menciptakan varian kopi khas Labuda Kopi, menciptakan menu set baru.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian pada perusahaan Labuda Kopi, peneliti ingin memberikan beberapa saran kepada Labuda Kopi sehingga bisa menjadi perusahaan yang unggul dalam bidang Industri perkopian atau *coffe shop*. Beberapa saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini sumber-sumber dan referensi yang terkait secara langsung dengan penelitian yang digunakan masih kurang. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya agar lebih memperbanyak lagi sumber-sumber dan referensi yang lebih mendalam mengenai *Blue Ocean Strategy*.
2. Penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat terutama mengenai *Blue Ocean Strategy*.
3. Perusahaan dapat menggunakan strategi yang baru yang telah dirumuskan menggunakan *Blue Ocean Strategy* untuk meningkatkan performa pemasaran Labuda Kopi menggunakan strategi yang baru ini dapat menciptakan pasar baru. Memperluas pemasaran ataupun menambah segmen konsumen, dengan memanfaatkan dan menggunakan strategi yang telah dibuat bisa meningkatkan performa Labuda Kopi.
4. Untuk peneliti berikutnya yang akan mengeksplorasi topik serupa, disarankan untuk mengembangkan tujuan penelitian yang lebih jelas dan fokus. Penting bagi peneliti untuk memahami dengan baik area yang akan diteliti dengan mendalami literatur terkait secara menyeluruh. Hal ini akan membantu dalam menetapkan fokus yang tepat untuk penelitian mendatang.