

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan pada Hanacaraka Coffee Sidoarjo adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran dengan menggunakan indikator 4P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat (*Place*). Hanacaraka Coffee memiliki produk minuman kopi maupun non kopi dan menyediakan beberapa snack dengan kualitas dan bahan baku yang baik. Harga yang ditawarkan yaitu harga yang relative terjangkau oleh semua kalangan yang telah ditetapkan sesuai dengan harga pokok penjualan. Promosi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan media social instagram dan tersedia juga di Gofood dan Grabfood dengan memberikan berbagai promo menarik. Tempat yang digunakan berlokasi di pinggir jalan raya yang ramai sehingga mudah diakses oleh konsumen dan memiliki tempat yang nyaman dengan dilengkapi oleh fasilitas yang cukup lengkap.
2. Melalui analisis IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa Hanacaraka Coffee memiliki skor kekuatan sebesar 2,68 dan skor kelemahan sebesar 0,81, dan skor peluang sebesar 2,29 dan skor ancaman sebesar 0,99. Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS serta diagram analisis SWOT yang menunjukkan hasil tepat pada kuadran I dapat diketahui bahwa kuadran ini menunjukkan situasi yang

sangat menguntungkan. Hanacaraka Coffee memiliki peluang dan kekuatan lebih besar sehingga dapat mengerahkan faktor internal untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang digunakan dalam kondisi ini adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh peneliti kepada Hanacaraka Coffee Sidoarjo untuk meningkatkan volume penjualan di masa pandemic covid-19 adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan perluasan pangsa pasar dengan memaksimalkan promosi yang dilakukan secara online melalui instagram dengan tetap menggunakan konten foto dan video kreatif yang dapat menarik pelanggan dan menambahkan jaringan mitra usaha ke berbagai daerah agar memperluas jangkauan pasar.
- b. Menambah sistem pembayaran non tunai seperti ovo, gopay, dana, shopeepay agar konsumen dapat bertransaksi dengan aman dan nyaman.
- c. Sebaiknya memperluas tempat kedai kopi dan lahan parkir agar menambah kapasitas konsumen sehingga meningkatkan penjualan.
- d. Tetap mempertahankan harga yang terjangkau bagi semua kalangan.
- e. Mempertahankan kualitas produk dengan meningkatkan cita rasa serta mengembangkan produk dan pelayanan sesuai kebutuhan, keinginan dan kebutuhan gaya hidup konsumen serta sesuai dengan standar kesehatan di masa pandemic covid-19.