

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti mengambil Kesimpulan dari penelitian mengenai Strategi Pengembangan Pemasaran Kopi Lanang Robusta Melalui Analisis SWOT di CV. Kopi Citarasa Persada ini sebagai berikut:

1. Hasil identifikasi skor total faktor internal sebesar 3.22 mengindikasikan bahwa CV. Kopi Citarasa Persada berada pada posisi yang menguntungkan untuk pengembangan pemasaran produknya. menghasilkan strategi pengembangan pemasaran kopi lanang ini yaitu produk kopi lanang robusta yang berkualitas tinggi dengan perolehan skor 0,64. Analisis matriks EFE memperoleh skor 3,39 yang termasuk kategori *high*. Meningkatkan kesadaran Masyarakat terhadap produk minuman kopi lanang yang memiliki banyak khasiat bagi kesehatan tubuh dengan masing - masing skor 0,60.
2. Prioritas strategi pengembangan pemasaran kopi lanang robusta berdasarkan analisis matriks QSPM adalah strategi 5 yaitu *market penetration* dengan TAS sebesar 6,76 yang dapat diaplikasikan melalui program edukasi konsumen dengan mengadakan workshop tentang kopi lanang dan membuat konten edukatif tentang keunikan produk. Rekomendasi strategis yang dihasilkan dari analisis ini menekankan pentingnya mengkombinasikan strategi market penetration dan product development secara konsisten dan kontinu. Strategi ini perlu diimbangi dengan pengembangan varian produk turunan kopi lanang robusta untuk menjangkau konsumen yang belum familiar dengan karakteristik kopi *specialty*.
3. Implementasi kinerja CV. Kopi Citarasa Persada dilakukan melalui pendekatan *Balanced Scorecard* (BSC) yang disusun berdasarkan hasil strategi prioritas dari

QSPM. BSC digunakan untuk mengukur dan mengelola kinerja secara menyeluruh melalui empat perspektif: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Masing-masing perspektif diarahkan untuk mendukung peningkatan omzet, kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, serta pengembangan SDM dan digitalisasi. Integrasi QSPM ke dalam BSC memberikan landasan strategis yang objektif dan terukur untuk mencapai kinerja perusahaan yang berkelanjutan.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan untuk CV. Kopi Citarasa Persada kedepannya yaitu:

1. Disarankan agar CV. Kopi Citarasa Persada terus mengembangkan strategi pemasaran kopi lanang robusta melalui kombinasi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Edukasi konsumen perlu diperluas ke segmen baru melalui kolaborasi dengan komunitas kopi dan influencer. Peningkatan kualitas, variasi produk, dan kemasan perlu dioptimalkan, serta pemanfaatan media digital diperkuat untuk mengikuti tren konsumsi kopi modern yang berbasis online.
2. Implikasi penelitian mendatang sebaiknya mengkaji preferensi konsumen terhadap profil rasa kopi lanang robusta melalui *blind tasting*, mengembangkan *storytelling* tentang keunikan biji *peaberry* dan nilai budaya lokal, serta menganalisis strategi harga premium di berbagai segmen pasar. Penting juga untuk meneliti model kolaborasi antara petani, koperasi, dan bisnis hilir, mengeksplorasi pengembangan pasar ekspor dengan fokus pada sertifikasi dan standar kualitas, serta mengevaluasi efektivitas pemasaran digital dan *e-commerce* untuk menjangkau penggemar *specialty coffee*.