

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Hasil penelitian pada Manov Kopi Mojokerto menunjukkan bahwa penerapan strategi *marketing mix* (7P) sudah berjalan cukup baik dan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dari sisi produk, Manov Kopi menawarkan variasi menu kopi dan non-kopi yang cukup beragam serta didukung dengan pengembangan menu, terutama pada varian dessert. Konsep café yang mengusung *social lifestyle* juga menjadi nilai tambah karena tidak hanya sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai tempat berkumpul dan beraktivitas.

Dari aspek harga, produk yang ditawarkan tergolong terjangkau dan sesuai dengan target pasar. Lokasi yang strategis serta mudah diakses menjadi faktor pendukung dalam menarik pengunjung. Fasilitas yang tersedia seperti area *indoor* ber-AC dengan *co-working space* dan stop kontak, mushola, toilet yang bersih, serta area parkir yang luas turut memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Selain itu, adanya *tenant* seperti Manov Clothes juga menambah daya tarik tersendiri bagi pengunjung.

Pada aspek promosi, Manov Kopi telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama, meskipun masih perlu ditingkatkan agar lebih maksimal. Pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, namun masih perlu dijaga konsistensinya. Proses pelayanan juga tergolong praktis dengan adanya berbagai metode pembayaran, baik tunai maupun non-tunai.

Sementara itu, dari sisi tampilan fisik, suasana café yang nyaman menjadi salah satu alasan pelanggan untuk kembali berkunjung.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Manov Kopi berada pada Kuadran I, yang menunjukkan bahwa kondisi usaha berada pada posisi yang cukup menguntungkan. Nilai IFAS sebesar 3,29 dan EFAS sebesar 3,32 menunjukkan bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki lebih besar dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa Manov Kopi memiliki potensi untuk terus berkembang dengan memanfaatkan kondisi yang ada saat ini. Dengan demikian, strategi yang telah diterapkan oleh Manov Kopi dapat dikatakan sudah cukup tepat, namun tetap perlu dilakukan pengembangan dan penyesuaian secara berkelanjutan agar mampu mempertahankan daya saing serta mengikuti perubahan kebutuhan konsumen.

## **5.2.Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi bisnis serta peningkatan efektivitas pemasaran pada Manov Kopi Mojokerto. Saran ini disusun berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan serta disesuaikan dengan kondisi yang terjadi di lapangan, sehingga diharapkan dapat lebih aplikatif dan relevan untuk diterapkan.

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas strategi pemasaran, khususnya dalam meningkatkan minat beli konsumen pada industri *coffee shop*. Penelitian

mendatang disarankan untuk menggunakan pendekatan atau metode analisis yang lebih beragam agar dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif, serta mampu menggambarkan kondisi bisnis secara lebih mendalam.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji keterkaitan antara konsep teori pemasaran dengan praktik yang terjadi di lapangan secara lebih spesifik. Hal ini penting agar penerapan strategi seperti marketing mix dan analisis SWOT tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga dapat diimplementasikan secara efektif sesuai dengan kondisi bisnis yang dinamis. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat mengkaji strategi adaptasi pelaku usaha dalam menghadapi perubahan tren serta persaingan yang semakin kompetitif.
3. Berdasarkan hasil penelitian, Manov Kopi disarankan untuk lebih mengoptimalkan setiap elemen dalam *marketing mix* (7P), terutama pada aspek promosi dan produk. Pemanfaatan media sosial perlu dilakukan secara lebih konsisten dan terarah dengan konten yang menarik serta sesuai dengan tren, sehingga mampu meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan konsumen. Selain itu, inovasi produk, khususnya pada menu dessert dan menu unggulan, perlu terus dikembangkan agar dapat memperkuat daya tarik serta positioning di pasar.
4. Manov Kopi juga perlu melakukan pengelolaan operasional yang lebih optimal, khususnya dalam menjaga konsistensi kualitas pelayanan serta

mengatur alur kerja karyawan saat kondisi ramai. Selain itu, pengelolaan fasilitas seperti area parkir juga perlu diperhatikan agar tidak mengurangi kenyamanan pelanggan. Dengan pengelolaan yang lebih baik, pengalaman pelanggan dapat tetap terjaga dan mendorong terjadinya kunjungan ulang.

5. Untuk mempertahankan daya saing, Manov Kopi disarankan untuk melakukan evaluasi strategi pemasaran secara berkala. Evaluasi ini dapat mencakup efektivitas promosi, respon pelanggan, serta perkembangan penjualan. Dengan adanya evaluasi yang berkelanjutan, Manov Kopi dapat mengetahui aspek yang perlu dipertahankan maupun diperbaiki, serta dapat menyusun strategi yang lebih adaptif terhadap perubahan tren pasar dan perilaku konsumen.
6. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelaku usaha *coffee shop* dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat. Dengan persaingan yang semakin meningkat, pelaku usaha perlu terus berinovasi dan memahami kebutuhan konsumen agar tidak hanya mampu menarik pelanggan, tetapi juga mempertahankan loyalitas dalam jangka panjang.