

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pada kopi robusta Bapak Zaini di Desa Talang Balai melalui perancangan pemasaran digital (*digital marketing*) dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian kondisi aspek internal SDM (Sumber Daya Manusia) pada usaha bapak zaini ini tenaga kerja yang bekerja pada usaha ini berjumlah enam orang dengan rata-rata usia antara 29-38 tahun. Kondisi aspek produksi usaha ini melibatkan berbagai tahapan mulai dari pengolahan bahan baku, penggorengan serta proses pembuatan kopi bubuk menggunakan mesin khusus dan masih menggunakan kemasan plastic, dengan berat 1 ons, ¼ ons, ½ Kg bahkan bisa menyesuaikan keinginan sesuai kebutuhan konsumen. Kondisi pemasaran pada usaha bapak zaini ini masih menggunakan cara konvensional namun sudah banyak dikenal masyarakat. Keuangan pada usaha Kopi Robusta Bapak Zaini ini memiliki sumber daya keuangan yang memadai karena masih dapat mendukung kegiatan produksi, pembayaran gaji karyawan, pembelian bahan baku dan biaya operasional lainnya..
2. Untuk mengembangkan usaha dilakukan perancangan *digital marketing* yang terdiri dari tiga tahap, yaitu pengumpulan informasi, penentuan media dan perancangan serta tahap presentasi dan penilaian. Media sosial yang digunakan pada perancangan digital marketing Rumah Kopi Zaini yaitu WhatsApp Business, Facebook, Instagram, Website dan situs pendukung seperti Linktree. Kalender posting digunakan sebagai acuan untuk mengatur jadwal beserta jenis unggahan *digital marketing*. Jenis konten orisinal berupa hiburan dan edukasi yang diunggah melalui Video Reels adalah rancangan yang paling diminati oleh pengguna media sosial Rumah Kopi Zaini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Pada kondisi aspek produksi Rumah Kopi Zaini dapat meningkatkan (*upgrade*) kemasan lebih menarik agar lebih dilirik banyak peminat kopi dan tidak kalah saing dengan produk pesaing. Dari aspek pemasaran penulis berharap Rumah Kopi Zaini mampu menerapkan penjual melalui media sosial yang sudah di rancang agar penjualan produk dapat terus meningkat.
2. Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan rujukan oleh pengelola usaha Rumah Kopi Zaini dalam menjalankan usahanya serta dapat dilakukan penelitian lanjutan mendalam mengenai strategi pemasaran *digital marketing*.