

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis data mengenai strategi pemasaran menggunakan analisis Swot dalam mempertahankan eksistensi *Coffee Shop* Goedang Kopi yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan kesimpulan yang didapat sehubungan dengan hasil penelitian, sebagai berikut:

1. Melalui hasil analisis IFAS dan EFAS bahwa keadaan internal dan eksternal usaha Goedang Kopi adalah berada pada kuadran I, Pada posisi ini menggambarkan bahwa perusahaan memiliki peluang dan kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada sehingga Goedang Kopi dapat menyeimbangkan perkembangan usahanya. Pada pertumbuhan internal ada beberapa penekanan untuk meningkatkan kekuatan produk yang berkualitas, kekuatan usaha melalui penetrasi lokasi usaha pemasaran, memperluas daerah pemasaran serta ekspansi pada bentuk produk yang dipasarkan, sedangkan pada pertumbuhan eksternal yang dapat dilakukan yaitu integrasi peningkatan ketersediaan bahan baku, dan diversifikasi pesaing produk lain. Kemudian meminimalkan kelemahan yang dimiliki yaitu tidak ada potongan harga, kurangnya promosi dan periklanan yang rutin, lokasi kurang strategis, dan produk kurang bervariasi. Memanfaatkan peluang sebesar-besarnya seperti *coffee shop* sudah banyak di kenal masyarakat, ketersediaan bahan baku, permintaan konsumen yang tinggi. Kemudian mengantisipasi atau menghindari dari berbagai ancaman yang dimiliki seperti harga bahan baku yang tidak menentu, pesaing dari produk lain dan tidak memanfaatkan/ tidak mengikuti teknologi terbaru.
2. Faktor internal yang mempunyai kekuatan tinggi adalah produk yang berkualitas. Hal ini dapat kita lihat dari nilai bobot sebesar 4,0 dengan rating 0,27 dan skor 1,20, sedangkan faktor eksternal yang memberikan peluang terbesar di Goedang Kopi adalah ketersediaan bahan baku. Hal ini dapat dilihat dengan bobot yang dimiliki adalah 3,00 dengan rating 0,67 dan skor 2,00.

3. Adapun faktor kendala dalam mengimplementasikan strategi tersebut dalam mempertahankan eksistensi dari sisi eksternal yaitu kelemahan yang terbesar dimiliki produk kurang bervariasi, hal ini dapat kita lihat dari bobot yang dimiliki yaitu (-2,67) dengan rating (-0,17) dan skor 0,44. Dan faktor internal yang memberikan ancaman terbesar adalah pesaing dari produk lain, hal ini dapat dilihat dari bobot yang dimiliki yaitu (-3,00) dengan rating (-0,25) dan skor 0,75.

5.2 Saran

1. Bagi pihak usaha Goedang Kopi diharapkan menggunakan strategi SO (*Strengths- Opportunities*) dengan meningkatkan varian produk dan pelayanan tempat usaha, memelihara kepercayaan masyarakat dengan transparansi dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, meningkatkan ketersediaan bahan baku yang berkualitas tinggi agar permintaan konsumen yang tinggi dapat tercapai oleh usaha, lebih meningkatkan kegiatan promosi pada media social instagram yang sudah ada yaitu @goedangkopi.co dan mengembangkan lagi penjualan pada media online yaitu tokopedia dengan mengupgrade dan menambahkan produk-produk yang bervariasi, memberikan tempat dan pelayanan terbaik bagi setiap konsumen.
2. Bagi pihak usaha Goedang Kopi disarankan untuk menjaga eksistensi dapat dilakukan dengan memperkuat kembali bisnis yang telah dijalankan dengan cara meningkatkan cita rasanya serta mengembangkan produk dan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan penelitian ini dan mengadakan penelitian lebih lanjut terhadap usaha Goedang Kopi.