

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat beberapa faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan usaha Kopinta. Adapun kekuatan utama usaha Kopinta adalah memiliki gerai usaha dengan lokasi yang strategis, memiliki mesin produksi, dan memiliki kualitas produk yang baik. Sedangkan kelemahan utama usaha Kopinta adalah belum tersedia label kadaluarsa dalam kemasan produk usaha Kopinta dan harga yang ditawarkan lebih mahal dari produk pesaing. Terdapat beberapa faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman usaha Kopinta. Adapun peluang utama yang dimiliki oleh usaha Kopinta, yaitu adanya tren minum kopi di kalangan masyarakat, adanya dukungan pemerintah terhadap pemasaran produk usaha Kopinta dan ketersediaan pedagang pengecer. Sedangkan ancaman terbesar yang dimiliki usaha Kopinta adalah fluktuasi harga bahan baku dan persaingan usaha sejenis dengan daerah pemasaran yang sama.
2. Strategi prioritas dalam pemasaran usaha Kopinta adalah melakukan promosi secara berkala melalui sosial media dan endorsement, sosial media dan *marketplace* yang ada sebagai pengingat bagi para konsumen dan menarik minat konsumen membeli produk untuk meningkatkan penjualan dan ketersediaan pedagang pengecer yang dapat mempermudah distribusi produk, melakukan peningkatan gaya produk melalui kemasan produk usaha Kopinta seperti tanggal kadaluarsa supaya mampu meyakinkan para konsumen membeli produk usaha Kopinta dan melakukan peningkatan keistimewaan produk usaha Kopinta dengan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen terhadap produk yang ditawarkan usaha Kopinta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan dapat diberikan saran dari peneliti untuk usaha Kopinta yaitu:

1. Usaha Kopinta dapat berupaya untuk terus melakukan inovasi produknya. Dengan melakukan diferensiasi produk usaha Kopinta maka diharapkan mampu menambah jumlah pelanggan dan semakin memperluas pasar.
2. Memanfaatkan *marketplace* yang dimiliki usaha Kopinta seperti shopee dan bukalapak. Pihak usaha Kopinta dapat meningkatkan volume penjualan melalui penyediaan potongan harga bagi para pengguna sehingga tertarik membeli produk usaha Kopinta.
3. Melaksanakan promosi yang terprogram dengan memanfaatkan periklanan secara berkala pada media sosial menjalankan kegiatan promosi dengan mengikuti pameran usaha dan membangun kerja sama dengan pedagang pengecer atau swalayan, melakukan peningkatan gaya produk dengan melengkapi informasi pada kemasan produk sehingga dapat memperoleh kepercayaan para konsumen untuk membeli dan mengonsumsi produk usaha Kopinta.

