

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut :

RAN Coffe telah menerapkan strategi marketing mix yang menggunakan variabel 4P yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Strategi pemasaran RAN Coffe dari perspektif syariah mencontoh praktik pemasaran dan sifat Nabi Muhammad saw., yaitu Siddiq (jujur, benar), Amanah (Dapat Dipercaya), Fathanah (Cerdas), dan Tabligh (komunikatif) yang diterapkan oleh RAN Coffe, baik offline dan online.

Kekuatan yang digunakan untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki untuk membentuk strategi pemasaran di kedai kopi tersebut dengan meningkatkan pelayanan yang berkualitas. Dengan harga yang terjangkau dan kualitas bahan yang baik dapat dinikmati oleh berbagai kalangan sehingga dapat memperluas pemasaran produk. Peningkatan dan penambahan kerjasama dengan mitra kerja berbasis bisnis online.

Dari kelemahan dan peluang yang dimiliki kedai kopi dapat disusun strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang dan menentukan strategi pemasaran dengan melakukan

Peningkatan soft skill karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Mengembangkan saluran distribusi. Meningkatkan promosi dengan perkembangan teknologi dalam media sosial.

Dilihat dari kekuatan dan ancaman RAN Coffe untuk mengatasi ancaman yang dapat datang kapan saja yaitu dengan melakukan Defrensiasi produk dengan pesaing dan Peningkatan reteng konsumen dalam penjualan online.

Dari kelemahan dan ancaman RAN Coffe dapat diminimalkan kelemahan internal untuk menghindari ancaman dari eksternal yaitu memanfaatkan Memanfaatkan media social sebagai media promosi yang inovatif dan menarik. Meningkatkan teknologi guna mendukung pelayana

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi RAN Coffe berada pada posisi sel II (dua). Berdasarkan hasil skor pada IFE dan EFE. total matriks IFE sebesar 2,88 dan total matriks EFE sebesar 3,05. Strategi yang digunakan oleh RAN Coffe adalah strategi intensif atau strategi integratif (grow and build).

## **5.2 Saran**

Dalam uraian kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran-saran yang di berikan dapat membantu RAN Coffe dalam mengembangkan kedai kopi agar dapat meningkatkan inovasi usaha sebagai berikut saran-saran yang dapat di berikan :

1. RAN Coffe perlu meningkatkan konsep pada kedai kopi. juga harus mengantisipasi munculnya banyak pesaing produk sejenis, dengan

memanfaatkan peluang yaitu membangun hubungan baik dengan pelanggan.

2. Disarankan untuk menerapkan strategi yang telah diperoleh yaitu memberikan pelayanan terbaik terhadap pelanggan, memperluas pemasaran pada media iklan dan social media, meningkatkan kualitas produk dan menjaga konsistensi rasa, mengembangkan konsep kedai kopi yang nyaman, memberikan potongan harga/diskon kepada pelanggan, dan menambah inovasi menu kopi dan makanan.