

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan menggunakan diagram SWOT-4K dan matriks SWOT menunjukkan bahwa Coffee Calma berada pada Kuadran IB, yang mengindikasikan bahwa perusahaan sedang mengalami fase pertumbuhan.

Untuk menghadapi masa depan Coffee Calma memiliki beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan, yaitu sebagai berikut:

**a. SO (Strengths-Opportunities)**

Rancangan strategi ini dibangun dengan memanfaatkan segala potensi kekuatan yang dimiliki untuk mengambil dan memaksimalkan peluang yang ada. Hal ini dilakukan dengan cara:

1. Menetapkan harga optimal dan terjangkau
2. Menjalin hubungan baik dengan konsumen

**b. ST (Strengths-Threats)**

Pendekatan ini memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi berbagai tantangan yang ada. Hal ini dilakukan dengan cara :

1. Meningkatkan potensi produk sebagai unique selling point
2. Meningkatkan promosi melalui iklan agar produk dikenal secara luas

**c. WO (Weaknesses-Opportunities)**

Pendekatan ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan tujuan untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan melalui langkah-langkah berikut:

1. Penetapan produk unggulan sebagai andalan utama, sementara produk lainnya digunakan sebagai sarana pemasaran dan promosi.

**d. WT (Weaknesses-Threats)**

Dalam strategi ini, pendekatan yang digunakan bersifat defensif dengan tujuan untuk mencegah kemungkinan terjadinya ancaman dari luar dan mengurangi kelemahan yang ada dalam. Dalam strategi ini meliputi:

1. Membangun strategi bisnis baru yang lebih efisien dan Dalam prosesnya,

menciptakan inovasi dan mengoptimalkan proses bisnis agar dapat menghadapi persaingan dengan lebih baik.

2. Memperkuat hubungan dengan konsumen untuk menciptakan pelanggan tetap. Upaya ini mencakup memberikan layanan yang memuaskan, meningkatkan kualitas produk, dan berkomunikasi secara efektif .

## **5.2 Saran**

Berikut adalah rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti:

### **1. Bagi Coffe Calma :**

Diharapkan agar perusahaan menerapkan pendekatan pemasaran inovatif sebagai langkah responsif terhadap meningkatnya persaingan yang semakin ketat.

### **2. Bagi Peneliti :**

Saran diberikan untuk melanjutkan eksplorasi mendalam dalam studi analisis strategi pemasaran perusahaan lebih menyeluruh. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dengan akurat situasi serta posisi yang kemungkinan dihadapi oleh perusahaan dalam skenario pemasaran yang beragam.

