BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarakan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran strategi pemasaran 7 Langit Kopi saat ini menggunakan strategi pemasaran *personal selling* dan *word of mouth*. Pemilik secara langsung berinteraksi dengan pelanggan yang datang untuk menawarkan produk dan melakukan transaksi. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan dan interaksi yang ramah dari pemilik sering kali merekomendasikan 7 Langit Kopi kepada orang lain.
2. Berdasarkan identifikasi *marketing mix* dan analisis menggunakan *tools* SWOT, didapatkan hasil sebagai berikut:
    a. Pada aspek produk, 7 Langit Kopi memiliki kualitas yang baik, menjadi kekuatan utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Namun, produk ini masih menghadapi kelemahan, seperti kurangnya produk pembeda dan desain yang kurang menarik. Di sisi lain, ada peluang dalam tren kopi spesial yang semakin diminati konsumen. Namun, ancaman seperti perubahan preferensi dan peningkatan ekspektasi konsumen dapat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan.
    b. Pada aspek harga, produk kopi 7 Langit Kopi memiliki keunggulan dengan harga yang terjangkau, menarik bagi berbagai kalangan konsumen. Namun, ancaman kenaikan biaya operasional dapat mempengaruhi profitabilitas dan kemampuan mempertahankan harga kompetitif. Harga saat ini sudah disesuaikan dengan kondisi pasar, target pasar, dan biaya produksi, sehingga mampu bersaing dengan kompetitor.
    c. Pada aspek tempat, 7 Langit Kopi memiliki kekuatan berupa fasilitas parkir gratis yang luas dan aman, memberikan kenyamanan bagi

Muhammad Arya Pramudya, 2024
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN TOOLS SWOT PADA 7 LANGIT KOPI DI TASIKMALAYA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pelanggan. Namun, terdapat kelemahan berupa saluran distribusi yang terbatas dan modal usaha yang minim, yang menghambat perluasan pasar. Meski ada peluang dari pertumbuhan pasar pengiriman online untuk meningkatkan penjualan, usaha ini menghadapi ancaman dari stigma buruk masyarakat terhadap lokasi dan reputasi negatif yang bisa merusak citra. Selain itu, saluran distribusi yang digunakan terbatas pada layanan *dine-in* dan *takeaway*.

d. Pada aspek promosi, 7 Langit Kopi memiliki kekuatan utama dalam *personal selling*, pemilik secara aktif membangun hubungan langsung dengan pelanggan. Namun, terdapat kelemahan seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pengetahuan kewirausahaan, dan ketidakaktifan dalam pemasaran. Peluang besar dapat dimanfaatkan melalui penggunaan media sosial dan tingginya minat terhadap *event*. Namun, persaingan ketat di industri kopi tetap menjadi tantangan, terutama karena promosi hanya terbatas pada *personal selling* dan minimnya aktivitas promosi lainnya.

3. Berdasarkan hasil identifikasi *marketing mix* dan proses analisis SWOT, didapatkan bahwa rumusan strategi yang tepat untuk dilakukan 7 Langit Kopi yaitu dengan cara memanfaatkan peluang (*Opportunities*) untuk mengatasi kelemahan (*Weaknesses*).

5.2 Implikasi

Implikasi dari hasil penelitian terkait strategi pemasaran pada 7 Langit Kopi ini adalah sebagai berikut:

a. Jika produk tidak memiliki pembeda dari kompetitor serta gaya dan desain kemasan kurang menarik, kemudian 7 Langit Kopi tidak memperbaiki masalah ini maka akan berimplikasi pada sulitnya dalam menarik perhatian konsumen karena produk yang kurang khas.
b. Jika saluran distribusi produk hanya mengandalkan layanan *dine in* dan *takeaway* saja dan 7 Langit Kopi tidak menambah saluran distribusi maka akan berimplikasi pada terbatasnya jangkauan produk karena minimnya akses konsumen untuk mendapatkan produk.

c. Jika aktivitas promosi tidak banyak dilakukan maka akan berimplikasi pada rendahnya kesadaran merek karena konsumen tidak mengenal *brand.*

Jika permasalahan terkait produk, tempat, dan promosi diatas tidak segera ditangani maka 7 Langit Kopi akan mengalami penurunan tingkat keputusan pembelian dan penurunan penjualan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan simpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi usaha 7 Langit Kopi

   Upaya pemasaran untuk memenangkan pasar persaingan pada 7 Langit Kopi harus dilakukan dengan mengatasi masalah-masalah yang ada, yaitu:

   a. Untuk mengatasi permasalahan tidak adanya produk pembeda serta gaya dan desain kemasan yang masih kurang menarik, dapat dilakukan dengan cara mengikuti tren kopi spesial dengan membuat menu spesial yang biji kopinya berasal dari daerah tertentu dan dikemas dengan kemasan yang unik dan khas 7 Langit Kopi. Dengan begitu, dapat menghasilkan produk baru dengan gaya dan desain khas serta berbeda dengan kompetitor.
   b. Untuk mengatasi permasalahan terbatasnya saluran distribusi yang digunakan, dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan layanan pesan-antar online seperti Gofood, Grabfood, atau Shopeefood untuk mengatasi keterbatasan saluran distribusi dan meningkatkan persebaran produk.
   c. Untuk mengatasi permasalahan minimnya aktivitas promosi, dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan sosial media seperti Instagram dan Tiktok untuk pemasaran, melakukan promosi event khusus untuk menarik pelanggan, dan berkolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan eksposur produk.

   Selain mengatasi masalah-masalah yang ada, 7 Langit Kopi juga harus menjaga dan mempertahankan hal yang sudah dianggap baik, yaitu harga. Harga yang diterapkan sekarang harus selalu diperbarui dengan selalu menyesuaikan pelanggan yang datang dan kondisi pasar persaingan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran 7 Langit Kopi menggunakan analisis lain seperti analisis PESTLE agar mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor ekternal yang mempengaruhi strategi pemasaran 7 Langit Kopi. Peneliti juga menyarankan untuk melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap kompetitor di industri kopi lokal dan nasional. Bandingkan strategi pemasaran 7 Langit Kopi dengan pesaing untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif dan area yang memerlukan peningkatan.