

BAB 5

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai strategi promosi K'hwa Coffee dalam menarik konsumen yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Strategi promosi yang dilakukan oleh K'hwa Coffee yaitu menggunakan bauran promosi, terdapat 4 elemen promosi yaitu : *product, price, place dan promotion*. Produk yang digunakan K'hwa Coffee adalah menggunakan biji arabica yang sangat baik melewati roasting di alat pengolahan dan lalu sampai ketangan barista. Untuk harga K'hwa Coffee belajar dari penempatan tempat promosi penjualan yang dilakukan oleh K'hwa Coffee yaitu dengan menggunakan media sosial instagram K'hwa coffee untuk mempromosikan produk K'hwa Coffee. Humas yang dilakukan K'hwa Coffee ialah memberikan serve terbaik, tidak hanya produk yang diunggulkan, tapi pelayanan terbaik juga diberikan. Penjualan perseorangan yang dilakukan K'hwa Coffee adalah interaksi antara barista dengan konsumen agar dapat menawarkan langsung produk yang dijual oleh K'hwa Coffee. Serta media sosial Instagram yang digunakan untuk sarana promosi. Ada pun kendala yang dihadapi K'hwa Coffee dalam menjalankan bisnisnya, seperti ancaman pendatang baru, ancaman dari barang atau jasa pengganti, dan komplain dari customer.

Sedangkan pelaksanaan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh K'hwa Coffee dalam kegiatan promosi bertujuan untuk mengatur segala aspek dalam komunikasi pemasaran dan mengoptimalkan segala sumber daya yang ada. Komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi antara atasan dan bawahan, dengan mengadakan rapat koordinasi dihadiri oleh struktur ke pengurusan K'hwa Coffee. Lalu menggunakan komunikasi antar lini dari setiap divisi dalam bersinergi, berkoordinasi dalam kegiatan pemasaran, dan menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan. Ada juga faktor yang dapat mendukung kegiatan komunikasi, yaitu: persamaan visi dan misi, *gadget* dan jaringan *internet*, bahasa, serta kerjasama tim. Dan juga kendala/hambatan yang dihadapi, diantaranya: *human eror* dan teknis media yang digunakan.

5.2 Saran

Berdasarkan keseluruhan dari deskripsi analisis penelitian ini, maka peneliti akan menyampaikan beberapa hal berupa saran dari penulis yang diharapkan dapat menjadi rekomendasi positif. Penulis menyampaikan sebuah saran sebagai berikut :

5.2.1. Saran Praktis

1. Promosi yang setiap hari harus dilakukan pada media sosial Instagram coffeeshop ini serta memakai jasa pelaku pekerja media sosial seperti selebgram atau influencer yang berpengaruh untuk menarik pelanggan setiap harinya.

2. Mengeluarkan produk yang berbeda dengan yang lainnya atau unik untuk menambah minat pembeli.

3. Membentuk hubungan masyarakat (humas) dalam struktur organisasi yang lebih fokus menyusun strategi dalam meningkatkan citra perusahaan.

4. Selain tentang produk pihak K'hwa Coffee juga harus memperhatikan tentang outlet mereka, baik itu tentang kebersihan, kerapian, bahkan juga memperhatikan fasilitas yang ada di gerai K'hwa Coffee itu sendiri, sehingga nantinya akan memberikan kenyamanan kepada customer

5.2.2. Saran Teoritis

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian serupa atau akan melakukan penelitian lanjutan atas fenomena yang sama, peneliti juga menyarankan agar untuk penelitian selanjutnya dapat membahas Strategi Komunikasi Pemasaran di tempat usaha seperti Coffee shop dengan mengambil sudut pandang yang berbeda. Sehingga penelitian ini bisa berkontribusi bagi pengembangan akademik.