

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisa diatas,dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kopi Maning di Bekasi Timur Jln. Agus salim dalam memasarkan produknya yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran secara langsung kepada konsumen dengan bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari empat unsur yaotu produk (prduct), Harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). dengan penerapan strategi pemasaran melalui media digital yaitu Instagram.
2. Efektivitas penggunaan Instagram pada pemasaran produk Kedai Kopi Maning telah terbukti mengalami peningkatan omset penjualan setiap tahunnya.
3. Strategi promosi Kedai Kopi Maning telah efektif karena dapat memuaskan pelanggan dan tidak merugikan pihak lain artinya Kedai Kopi maning yang di lakukan saling menguntungkan kedua belah pihak yaitu pelanggan dan Kedai Kopi Maning. Hal tersebut terlihat dari banyaknya pelanggan yang aktif atau rutin berkunjung ke kedai Kopi Maning ketika pulang kerja tau lagi bersantai.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan saran di atas, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat supaya menjadi lebih baik lagi.

1. Bagi pemilik usaha Kedai Kopi Maning di kota Bekasi di harapkan dapat memperluas pasar melalui mekanisme marketing mix berupa promosi agar dapat meningkatkan penjualan dan memperoleh keuntungan yang optimum.
2. Bagi pemerintah diharapkan dapat melakukan kegiatan atau program pembinaan bagi industri kecil menengah, sehingga dapat mengatasi

berbagai permasalahan, kebutuhan dan hambatan yang dialami oleh pengusaha kedai kopi.