

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Murai *Coffee* Gunungsitoli, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Murai *Coffee* telah menerapkan bauran promosi dalam meningkatkan penjualannya yang dimana ada lima elemen utama dalam bauran promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Strategi periklanan melalui media digital seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Google Ads* sudah cukup efektif, namun konsistensinya masih perlu ditingkatkan. Promosi penjualan berhasil menarik minat awal pelanggan, tetapi belum berdampak besar terhadap peningkatan penjualan karena belum diimbangi dengan kualitas produk dan pelayanan yang konsisten. Pelayanan langsung dari staf mendapat respons positif dari pelanggan dan menjadi kekuatan utama dalam membangun loyalitas. Promosi dari mulut ke mulut juga terbukti sangat efektif karena berasal dari pengalaman pelanggan yang puas. Sementara itu, pemasaran langsung seperti penggunaan *WhatsApp Business* sudah diterapkan, namun belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai media promosi rutin. Secara keseluruhan, strategi promosi Murai *Coffee* telah berjalan dengan baik, namun masih diperlukan peningkatan dalam hal konsistensi, kualitas layanan, serta pemanfaatan media digital agar lebih optimal dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.
2. Murai *Coffee* Gunungsitoli memiliki lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau, sehingga memberikan keuntungan dalam hal visibilitas. Selain itu, desain eksterior yang ditata dengan baik turut berperan dalam menarik perhatian masyarakat serta mampu meningkatkan minat pelanggan baru untuk berkunjung. Lingkungan yang tenang menjadi salah satu nilai tambah bagi pelanggan dalam menikmati suasana di Murai *Coffee*. Namun demikian, masih terdapat kendala berupa kondisi ruangan yang terasa panas pada waktu tertentu. Untuk mengatasi hal tersebut,

Murai Coffee telah membagi area kafe menjadi dua bagian, yaitu ruangan yang lebih tertutup serta ruangan terbuka. Ruangan yang lebih tertutup memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang ingin bersantai dengan suasana teduh, sedangkan ruangan terbuka dilengkapi dengan area lesehan yang cocok digunakan untuk menghabiskan waktu bersama keluarga maupun kerabat, serta lebih ramah bagi pelanggan yang merokok. Dengan penataan ini, diharapkan pengalaman pelanggan tetap terjaga secara positif. Hal ini menjadi motivasi bagi usaha untuk tetap relevan dan unggul di tengah kompetitor. Secara keseluruhan, Murai *Coffee* memiliki potensi lokasi yang baik, dan memiliki daya tarik visual untuk mendukung peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah disampaikan diatas adapun beberapa saran yang dapat diberikan guna mendukung pengembangan usaha Murai *Coffee* adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan Murai *Coffee* lebih konsisten dalam memanfaatkan bauran promosi dengan menggunakan media digital seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp Business* sebagai sarana promosi rutin. Dengan konten yang kreatif dan menarik, promosi tidak hanya berfungsi untuk mengenalkan produk, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan pelanggan. Selain itu, promosi dari mulut ke mulut yang sudah efektif dapat diperkuat dengan menjaga kualitas produk dan pelayanan, sehingga pengalaman positif pelanggan terus berlanjut dan mampu mendorong loyalitas.
2. Dalam aspek tempat, diharapkan untuk mendukung keberlangsungan usaha, Murai Coffee sebaiknya lebih mengoptimalkan pemanfaatan ruang yang telah tersedia. Area ruangan yang lebih tertutup dapat dilengkapi dengan pendingin ruangan atau ventilasi tambahan agar kenyamanan pelanggan tetap terjaga, khususnya pada saat kondisi cuaca panas. Sementara itu, area terbuka yang memiliki tempat lesehan dapat terus dikembangkan sebagai ruang interaksi keluarga maupun pelanggan perokok, sehingga memberikan fleksibilitas pilihan bagi pengunjung

sesuai kebutuhan mereka. Dengan pengelolaan tempat yang tepat, Murai *Coffee* berpotensi meningkatkan kenyamanan, memperpanjang durasi kunjungan, serta memberikan pengalaman positif yang membedakan dari kompetitor.

3. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi maupun pijakan awal dalam melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai bauran pemasaran, baik dengan menambahkan variabel lain, memperluas cakupan wilayah, maupun menggunakan metode penelitian yang berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.