

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada Coffee Shop Sewaktu Di Teras Kopi Setiabudi-Jakarta Selatan mengenai strategi promosi produk, maka penulis mengambil kesimpulan :

1. Semenjak pandemic covid-19 melanda, customer yang datang ke Coffee Shop Sewaktu Di Teras Kopi menurun sehingga pihak pengelola Coffee Shop melakukan beberapa promosi agar menarik minat pelanggan kembali. Strategi promosi produk yang diberikan oleh Coffee Shop Sewaktu Di Teras Kopi Setiabudi-Jakarta Selatan salah satu cara yang digunakan untuk memasarkan produknya adalah melalui media sosial dan *e-commers* seperti Go-jek dan Shopee.
2. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi promosi produk pada *Coffee Shop* Sewaktu Di Teras Kopi Setiabudi - Jakarta Selatan apa bila melakukan promo besar-besaran sangat riskan karena dapat mengundang banyak customer yang dapat melebihi kapasitas maksimum yang di anjurkan Pergub (Peraturan Gubernur).
3. Solusi untuk menangani kendala yang dihadapi oleh *Coffe Shop* Sewaktu Di Teras Kopi Setiabudi – Jakarta Selatan yaitu mengadakan promo melalui *e-*

*commerz* online yang sudah bekerjasama dengan *coffee shop* agar tidak melebihi batas maksimum yang di anjurkan oleh Pergub (Peraturan Gubernur), melakukan pelayanan *free delivery order* hanya untuk di wilayah setiabudi dengan batas maksimal 3 km, memberlakukan 3 M kepada semua staff beserta pelanggan yang datang ke *Coffee Shop* Sewaktu Di Teras Kopi.

#### **4.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran yang mungkin bisa menjadi masukan dalam strategi promosi produk yang akandatang. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut :

1. Sebaiknya perusahaan melakukan kerjasama promosi dengan menetapkan media yang lainnya tidak hanya di instagram saja tetapi lewat media lainnya seperti iklan, mengupdate kegiatan promosi yang nantinya bisa dilihat oleh masyarakat luas.
2. Selama masa pandemi Covid-19 melanda , sebaiknya *coffe shop* mengatur jarak tempat duduk pelanggan yang ingin *dine in* atau makan di tempat dan tetap mematuhi protokol kesehatan sesuai peraturan *coffe shop*
3. Mempertahankan cita rasa produk yang dijual untuk tetap menjaga kepercayaan dari setiap konsumen, dan meningkatkan ide-ide dalam membangun *coffe shop* agar dapat terus mempertahankan produknya di masyarakat luas.