

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Mr.Beans adalah sebuah warung kopi yang berada di kota Magetan yang menjadi warung kopi pertama dalam menyajikan berbagai jenis biji kopi nusantara dan menggunakan berbagai jenis metode penyeduhan. Warung kopi Mr.Beans sendiri mempunyai tujuan untuk mengenalkan kepada masyarakat Magetan tentang berbagai jenis kopi dan metode penyeduhan yang berbeda dengan warung kopi yang lain di Magetan.

Warung kopi Mr.Beans menekankan kegiatan *personal selling* dalam strategi promosi dengan tidak adanya menu kopi yang pasti, karena di warung kopi Mr.Beans bisa berubah untuk ketersediaan biji kopi untuk di hari berikutnya. Di warung kopi Mr.Beans mengharuskan konsumen berinteraksi secara langsung dengan barista warung kopi Mr.Beans untuk menanyakan menu apa saja yang tersedia pada hari itu.

*Personal selling* yang dilakukan warung kopi Mr.Beans memiliki sifat konfrontasi personal, pengembangan, dan tanggapan. Namun dalam prakteknya *personal selling* yang dilakukan oleh warung kopi Mr.Beans lebih mengarah kepada sifat pengembangan. Karena mereka memfokuskan kegiatan *personal selling* untuk membentuk suatu hubungan yang

berawal dari jual beli menjadi hubungan pertemanan. Selanjutnya jika dilihat dari kriteria *personal selling*, barista warung kopi Mr.Beans telah memiliki kriteria *salesmanship*, *negotiating*, dan yang terakhir adalah *realitionship marketing*.

Dapat dikatakan bahwa seorang barista warung kopi Mr.Beans sudah memiliki kriteria dalam melakukan *personal selling* yang baik. Tentunya hal tersebut harus didukung dengan banyaknya jumlah tenaga penjual yang sesuai agar pelayanan dan kenyamanan pelanggan tetap dapat dijaga. Warung kopi Mr.Beans harus mengetahui dan paham tentang produk yang dijual meliputi pengetahuan tentang jenis kopi dan metode yang digunakan serta harus mampu berkomunikasi dengan baik saat menanggapi calon konsumen yang datang dan mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan dari calon konsumen.

Barista di warung kopi Mr.Beans merangkap beberapa tanggung jawab sekaligus, hal ini dapat menjadi kurangnya keefektifan kegiatan *personal selling* yang dilakukan. Barista suatu saat akan mengalami kesulitan apabila konsumen yang datang tidak sesuai dengan perkiraan, seperti ketersediaan biji kopi sehingga barista akan kesulitan saat persentasi dan peragaan tentang produk kepada konsumen yang berlebih. Pesan yang disampaikan oleh barista akan kurang jelas dan dimengerti oleh calon konsumen.

Tetapi, hal tersebut juga memiliki kelemahan karena membutuhkan banyak waktu. Akan lebih baik jika daftar menu dicetak dan diberikan

kepada calon konsumen, agar calon konsumen menentukan menu pilihan dan tidak menyebabkan antrian panjang.

## **B. Saran**

Jika melihat dari permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini adalah mengenai penurunan tingkat penjualan warung kopi Mr.Beans, namun dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan dalam poin kesimpulan mengatakan bahwa *personal selling* yang dilakukan oleh barista warung kopi Mr.Beans sudah terbilang baik. Jadi dapat ditarik sebuah kesimpulan kembali bahwa proses *personal selling* yang dilakukan oleh barista warung kopi Mr.Beans bukanlah faktor yang mempengaruhi penurunan tingkat penjualan.

Warung kopi Mr. Beans masih membutuhkan lebih dari satu orang pelaku *personal selling* yang harus mengetahui dan memahami tentang produk yang dijual meliputi pengetahuan tentang jenis kopi dan metode yang digunakan serta dapat berkomunikasi dengan baik saat menanggapi calon konsumen yang datang. Ketersediaan biji kopi juga turut menjadi salah satu factor yang dapat menghambat perkembangan warung kopi Mr. Bean dari *product knowledge*. Oleh sebab itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menganalisis lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan tingkat penjualan warung kopi Mr.Beans.