

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Faktor internal yang ada di dalam Warung Kopi Merapi terdapat kekuatan dan kelemahan. Faktor kekuatan dari Warung Kopi Merapi adalah produk kopi yang memiliki citarasa khas, kualitas produk yang terjaga, harga produk yang murah, lokasi yang strategis, lokasi yang memiliki pemandangan Gunung Merapi, dan adanya kekuatan kerjasama dengan supplier kopi. Sedangkan pada faktor kelemahan adalah pelayanan yang lama, beberapa area yang terlihat kotor, promosi kurang inovatif, kurangnya pengawasan terhadap karyawan, dan kurangnya tenaga kerja. Faktor eksternal yang ada di dalam Warung Kopi Merapi terdapat peluang dan ancaman. Faktor peluang Warung Kopi Merapi adalah Ketersediaan bahan baku, gaya hidup masyarakat dalam mengkonsumsi kopi, dukungan pemerintah, dan rasa penasaran dengan produk kopi merapi. Sedangkan pada faktor ancaman adalah masuk dalam kawasan rawan bencana III Gunung Merapi, persaingan kedai kopi yang kompetitif, akses jalan menuju kedai yang rusak, dan citra buruk di media sosial.
2. Strategi pemasaran yang menjadi prioritas utama berdasarkan analisis QSPM adalah pengembangan pasar produk kopi terbaru, diversifikasi produk dengan menambahkan aset, memperbaiki prasarana jalan ke Warung Kopi Merapi.

B. Saran

1. Warung Kopi Merapi harus bisa mempertahankan dan mengembangkan kekuatan internal untuk mengurangi kelemahan dari Warung Kopi Merapi.

2. Warung Kopi Merapi dapat mengimplementasikan strategi pemasaran dari hasil QSPM yang berupa pengembangan pasar produk kopi terbaru, diversifikasi produk dengan menambahkan aset, memperbaiki prasarana jalan ke Warung Kopi Merapi.