

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap Rey Café Medan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari perhitungan bobot dan rating dari masing-masing faktor internal dan eksternal Rey Café Medan diperoleh tabel matriks IFAS bernilai 3,134 dan tabel matriks EFAS bernilai 3,227.
2. Berdasarkan diagram Cartesius maka diketahui Rey Café Medan berada pada kuadran I, maka strategi pemasaran di tengah pandemi covid-19 yang harus diterapkan oleh Rey Café Medan adalah strategi pertumbuhan yang agresif dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) internal dari Rey Café Medan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang (*opportunities*) eksternal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang menguntungkan di tengah pandemi covid-19.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, hal-hal yang dapat disarankan untuk Rey Café Medan adalah sebagai berikut :

1. Menambah variasi menu baru yang menyesuaikan situasi pandemi covid-19 saat ini untuk lebih menarik minat pengunjung
2. Membuat satu panduan resep untuk seluruh juru masak yang bekerja di Rey Café Medan agar varian rasa makanan tidak berubah-ubah
3. Menjalin kerja sama dengan *platform* digital seperti *gofood*, *grabfood*, dan lain-lain untuk melayani konsumen yang lebih luas.
4. Memperhatikan penerapan protokol kesehatan di lingkungan Rey Café Medan untuk memberikan rasa keamanan dan kenyamanan pengunjung di tengah pandemi covid-19 saat ini
5. Memaksimalkan kerjasama dengan sponsor untuk membuat *event-event* yang dapat menarik minat pelanggan potensial baru guna meningkatkan volume penjualan Rey Café Medan di tengah pandemi covid-19
6. Meningkatkan promosi penjualan melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan sebagainya untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas