

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian mengenai strategi perkembangan bisnis NN Coffee, terdapat beberapa poin penting yang dapat diambil. Pertama, NN Coffee menghadapi tantangan dalam meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk kopi lokal di Kendal, khususnya karena persaingan yang ketat dengan coffee shop lain. Namun, solusi yang ditawarkan oleh NN Coffee melalui sistem pre-order memberikan fleksibilitas bagi konsumen yang memiliki keterbatasan waktu untuk mengunjungi kedai kopi secara langsung. Sistem ini juga membantu NN Coffee mengelola stok dan produksi dengan lebih efisien, mengurangi risiko kelebihan stok, dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Selain itu, penerapan strategi pre-order memerlukan edukasi kepada konsumen agar mereka nyaman dan terbiasa dengan metode ini. Strategi pemasaran yang efektif diperlukan untuk mengenalkan konsep ini, khususnya di kota-kota menengah seperti Kendal. Melalui analisis SWOT dan Business Model Canvas, ditemukan bahwa NN Coffee memiliki kekuatan dalam menawarkan produk kopi berkualitas dengan harga terjangkau, namun menghadapi tantangan dari sisi modal dan pengenalan merek.

Kesimpulannya, sistem pre-order terbukti sebagai solusi yang relevan untuk menghadapi masalah operasional dan meningkatkan pengalaman konsumen. Dengan adanya inovasi ini, NN Coffee memiliki peluang untuk berkembang lebih lanjut dan bersaing secara sehat di industri coffee shop yang semakin kompetitif.

## 5.2 Saran

Berikut ini merupakan saran penulis yang harus dilakukan untuk NN Coffee :

1. NN Coffee sebaiknya dapat memulai melakukan perbaikan dan pengembangan pada aspek-aspek fungsionalnya. Dari segi marketing, Organisasi, dan Operasionalnya.
2. Untuk melakukan inovasi, NN Coffee dapat menambahkan menu-menu dan olahan baru.
3. NN Coffee sebaiknya memiliki prioritas terhadap apa yang akan dikembangkan terlebih dahulu pada tiap-tiap aspek pengembangannya.
4. NN Coffee juga dapat melakukan evaluasi secara berkala dalam beberapa bulan sekali ataupun satu tahun sekali.

