

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dapat dilihat berdasarkan hasil dari analisis data pada bab sebelumnya maka strategi pemasaran Ayam Bakar Mat Negro dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan Analisis SWOT yang dilakukan di Ayam Bakar Mat Negro maka didapatkan Faktor Internal ini mencakup pada kekuatan dan kelemahan yang ada di Ayam Bakar Mat Negro, untuk kekuatannya terdapat 3 faktor yaitu Harga ayam bakar warung mat negro sangat terjangkau, kualitas ayam bakarnya warung mat negro sangat baik, pelayanan dari warung ayam bakar mat negro memiliki kualitas yang baik. Sedangkan untuk kelemahannya terdapat 3 faktor yaitu Nama warung ayam bakar mat negro belum terlalu dikenal luas, jam oprasional buka atau tutup usaha yang tidak efisien, warung ayam bakar mat negro belum memiliki media sosial dan Faktor Eksternal ini terdiri dari peluang dan ancaman yang dimiliki Ayam Bakar Mat Negro, untuk peluang terdapat 3 faktor yaitu Lokasi warung ayam bakar mat negro mudah dijangkau, berkembangnya teknologi media sosial, dapat menjual untuk acara khusus atau partai besar. Sedangkan untuk ancaman terdapat 3 faktor yaitu pesaing yang menjual produk dibawah harga pasaran, Kenaikan harga secara tiba-tiba, munculnya pesaing baru dipesaing sejenis.
2. Untuk merencanakan strategi pemasaran, berdasarkan hasil analisis swot didapatkan bahwa Warung Mat Negro berada di Kuadran 2: Walaupun menemui berbagai macam risiko, korporasi ini masih mempunyai ketahanan internal. Rencana yang akan dilaksanakan ialah memanfaatkan ketahanan untuk memanfaatkan kemungkinan yang bertahan lama. Kemudian dari hasil analisis QSPM memperoleh nilai strategi alternatif tertinggi adalah 7,06 yaitu ayam bakar berkualitas dan harga terjangkau dengan cara menyortir suatu bahan baku yang dipakai dan mempertimbangkan harga dari segi sekitaran lokasinya.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari peneliti, maka terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan untuk pengembangan Ayam Bakar Mat Negro, yaitu:

1. Ayam Bakar Mat Negro memiliki faktor kelemahan yaitu nama warung ayam bakar mat negro belum terlalu dikenal luas, agar lebih berkembang warung ayam bakar mat negro diharapkan aktif dalam media sosial agar lebih berkembang dan dikenal luas nama ayam bakar tersebut.
2. Ayam Bakar Mat Negro memiliki faktor ancaman yaitu munculnya pesaing baru dipesaing yang sejenis, agar lebih maju dari pesaing tersebut kita harus menjalin hubungan baik dengan konsumen atau pelanggan.
3. Ayam Bakar Mat Negro memiliki faktor peluang yaitu lokasi warung ayam bakar mat negro strategis.
4. Ayam Bakar Mat Negro membuat suatu potongan harga dan promosi agar konsumen membeli lebih banyak dari biasanya.

