

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang penerapan analisis swot terhadap penentuan strategi pemasaran Seblak Cuanki Kasohor dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Untuk mengetahui hasil dari permasalahan yang ada, penulis mengolah data tersebut dengan beberapa cara, yaitu dengan metode SWOT (termasuk Uji Validitas dan Uji Reliabilitas) dan juga dengan metode QSPM.
2. Hasil dari penjualan dengan metode SWOT dalam IFAS & EFAS, Menambahkan varian topping produk, Menjaga kestabilan harga dalam menjalin kerja sama, Meningkatkan kegiatan promosi untuk menarik lebih banyak pelanggan, Menambah karyawan untuk mempercepat pembuatan pesanan. Saat penjualan berkurang, saat itulah promo dibuat untuk menarik pelanggan, Meningkatkan kualitas produk dari tingkat harga hingga tingkat cita rasa, Menambahkan minuman berbagai varian ke dalam menu, Memberikan bonus topping ke pelanggan baru.
3. Terdapat beberapa hal yang harus dilakukan oleh pemilik Seblak Cuanki Kasohor yang dimana diharuskan untuk Meningkatkan kualitas produk dari tingkat harga hingga tingkat cita rasa. Selanjutnya yaitu Menambah karyawan untuk mempercepat pembuatan pesanan. Selanjutnya yaitu Meningkatkan kegiatan promosi untuk menarik lebih banyak pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari peneliti yang telah selesai, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan untuk pengembangan Seblak Cuanki Kasohor. Berikut beberapa saran :

1. Saran Bagi Seblak Cuanki Kasohor, Meningkatkan kecepatan waktu pemesanan, Mulai menambahkan pilihan minuman ke dalam menu, Mempromosikan Seblak

Cuanki Kasohor di social media, serta meningkatkan kreativitas variasi toping agar tidak kalah dari para pesaing.

2. Saran Penelitian Mendatang, Bisa menggunakan analisis teknik yang berbeda yaitu dengan melakukan penambahan formulasi strategi diantaranya ialah CPM Matriks, Space matriks, Grand Strategy Matriks, dan BCG matriks pada matching stage



DAFTAR PUSTAKA

- Andiyawan, Y., Zaerofi, A., & Heryahya, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran pada Perusahaan Jasa Travel Haji dan Umrah di Era New Normal. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*.
- Hardiansya, H., Lamusa, F., & Adda, H. W. (2023). Penerapan Analisis SWOT terhadap Branding Produk (Studi Kasus Usaha Cemilan Macaroni yang ada di kota palu). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*.
- Latief, N., Mandey, S. L., & Tampenawas, J. L. (2021). Strategi Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Rumah Makan Padang Raya Santiago Sario Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Miharja, K. (2018). Analisa SWOT dalam menentukan strategi bisnis Susu Murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica*.
- Polla, F. J. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Sepeda Motor Honda pada PT. Nusantara Surya Sakti Dealer Honda Amurang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Ponirah, A., Yuliana, R., & Nasution, A. I. (2021). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk UMKM Opak Kolontong. *Journal of Islamic Economics and Business*.
- Sulfiani, S., Sumiati, S., Akib, H., & Tenri Awaru, A. O. (2022). Strategi Pertumbuhan Usaha Café Titik Nol. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*.
- Sutrisno, E. R., Ngangi, C. R., & Pakasi, C. B. (2018). Analisis strategi pengembangan pariwisata kawasan selat lembeh di kota bitung. *Agri-Sosioekonomi*.
- Tompunu, D., Soegoto, A. S., & Palandeng, I. D. (2023). STRATEGI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA STRAY STORE MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.

Usman, R. (2012). Manajemen sumber daya manusia strategik, kinerja karyawan dan kinerja pemasaran (Pada industri pengolahan buah markisa di Makassar). *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*.

Zulkarnaen, H. O., & Sutopo, S. (2013). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

