

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Posisi strategik Kopitiam 188 berdasarkan analisis dan diagram SWOT berada dalam kuadran I yang didukung untuk menjalankan strategi agresif dan strategi yang tepat pada posisi ini adalah strategi pertumbuhan. Maka alternatif strategi yang sesuai untuk menumbuh kembangkan bisnis dengan menggunakan matrik SWOT adalah strategi SO (Strength-Opportunity) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang yang ada, dengan cara melakukan pengembangan pasar (memperluas wilayah pemasaran).
- Strategi menumbuhkan usaha dalam industri kuliner yang dilakukan dalam kondisi pasar yang memiliki persaingan yang tinggi dapat dilakukan dengan strategi penetrasi pasar. Strategi penetrasi pasar dilakukan dengan cara mengiklankan produk untuk pemasaran dalam mencakup segmen dan target pasar yang berada di kota Jakarta dengan penggunaan aplikasi seperti Gojek dan Grab sebagai perantara.

Saran

Dari hasil yang pemaparan pada bab pembahasan dan secara singkat dari kesimpulan penulis memberikan beberapa saran bagi pemilik Kopitiam 188 sebagai berikut ini:

- Pemilik dapat menyewa jasa ahli yang dapat membuat perencanaan strategi maupun manajemen bagi bisnis sehingga bisnis dapat lebih tertata dan memiliki fokus tujuan yang akan dicapai dimasa mendatang.
- Penambahan strategi dalam melakukan promosi dan memasarkan produk dengan memanfaatkan teknologi dan internet seperti instagram maupun aplikasi Gojek dan Grab untuk mencakup penjualan produk di kota Jakarta, sehingga meningkatkan hasil penjualan.
- Pemilik membuat perencanaan untuk melakukan evaluasi minimal tiga bulan sekali terhadap produk makanan dan minuman yang dijual berdasarkan kritik serta saran dari konsumen untuk di perbaiki bersama para penyewa stand yang menjual makanan. Dengan melakukan evaluasi maka bisnis dapat secara stabil dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisis Five Forces: <https://media.neliti.com/media/publications/36308-ID-analisis-strategi-pada-perusahaan-plastik-dengan-porter-five-forces.pdf>
- Anthony, Joseph H. dan K. Ramesh. 1992. *Association between Accounting performance Measures and Stock Prices: A Test of the Life Cycle Hypothesis*. *Jurnal of Accounting and Economics* 15:203-227.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/>
- Data Statistik dan Hasil Survey Ekonomi Kreatif Kerjasama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik. 2017
- David, Fred R., 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Jogiyanto, 2005, *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Ketchen Jr. D. et all. 2009. *"Strategy 2008-2009"*. New York: McGraw-Hill
- Porter, Michael. 1996. *"What is Strategy?"*. Harvard Business Review hal .61-79
- Porter, M, E.(1994). *Keunggulan Bersaing*, Jakarta: Binarupa Aksara
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Robinson, J.A.(2011). *Strategic Management Thirteenth Edition*. New york: McGraw-Hill International Edition

Umar, Husein.(2003). Metode Riset Bisnis. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Schori, Thomas R. Dan Michael L.Garee. 1998. *Like Products, Companies have*

Life Cycle. Marketing Views Vol.32 No.13:4

Siklus Hidup Perusahaan : <http://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasi>

[Bisnis/article/view/375/359](http://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasi/Bisnis/article/view/375/359)

Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.

Strategic Management by Alex Miller, Pengantar Manajemen oleh Ismail Solihin