

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

##### 5.1.1. Kesimpulan Penelitian:

1. Faktor kekuatan (strength) dengan nilai skor senilai 2,21 sedangkan faktor kelemahan (weaknesses) dengan nilai skor sebesar 0,68. Berarti usaha Cana Cake Kota Cirebon memiliki kekuatan yang lebih unggul daripada faktor kelemahan.
2. Faktor peluang (opportunities) dengan nilai skor senilai 2,07 sedangkan faktor ancaman (threats) dengan nilai skor sebesar 0,67 yang menunjukkan bahwa upaya penentuan strategi bersaingnya maka usaha Cana Cake Kota Cirebon memiliki kesempatan yang lebih unggul dibandingkan dengan ancaman.
3. Cana Cake Cirebon dapat menanggulangi atau mengatasi kelemahan-kelemahan yang dapat menghambat Cana Cake Cirebon untuk mencapai tujuannya. Hal ini dikarenakan Cana Cake Cirebon memiliki kekuatan dan peluang yang lebih tinggi dari kelemahan dan ancaman.

##### 5.1.2. Identifikasi pada faktor internal dan eksternal maka dapat membuat empat strategi, yaitu:

1. Strategi SO (strength dan opportunities)
  - a. Menggunakan strategi “*Product Development*” dimana perusahaan membuat packing kue lebih menarik atau mengembangkan variasi kue yang sudah ada.
  - b. Menggunakan strategi “*Market Penetration*” pengenalan produk yang lebih lagi seperti membuat iklan pada sosial media.
2. Strategi WO (weaknesses dan opportunities)
  - a. Melakukan strategi inovasi terhadap produk yang sudah ada. Seperti pengembangan produk atau melakukan pengencaran pada pemasaran.

- b. Menggunakan strategi “*Market Penetration*” dengan cara melakukan perluasan pemasaran seperti. Cana Cake Cirebon dapat memanfaatkan sosial media yang ada dengan semaksimal mungkin.
3. Strategi ST (strength dan treats)
    - a. Menggunakan strategi “*market penetration*” dengan cara meningkatkan aktivitas publisitas dengan penawaran yang menarik. Penawaran yang menarik seperti gratis ongkos kirim lebih dikenalkan lagi kepada konsumen agar lebih banyak peminatnya.
    - b. Menggunakan strategi “*Product Development*” dengan cara menaikkan penjualan dengan cara melalui media online, terus membuat variasi produk agar pelanggan tidak bosan. Promosi dalam media sosial sertakan dengan harga dan fasilitas yang dimiliki perusahaan seperti gratis ongkir bisa juga dengan review dari pelanggan sebelumnya.
  4. Strategi WT (Weaknesses dan treats)
    - a. Menggunakan strategi “*Market Penetration*” mempertahankan citra rasa yang dimiliki, berikan penawaran promo dan harga yang menarik ketika pengiklanan produk. Pengiklanan bisa dilakukan dengan *low budget* misalnya di media sosial.

Dari hasil kombinasi keempat strategi diatas dapat dikatakan sebaiknya Usaha Cana Cake kota Cirebon dapat melakukan usaha menggunakan (*Market Penetration*) untuk mengencarkan promosi dengan cara menaikkan jumlah tenaga penjualan, meningkatkan anggaran iklan, atau bahkan meningkatkan aktivitas publisitas. Selain itu bisa menaikkan jumlah penjualan dengan memodifikasi produk yang sudah ada dengan *strategi product decelopment*. Strategi ini juga bisa dilakukan dengan cara mengencarkan promosi yang menarik misalnya melalui sosial media seperti Instagram, Facebook, Whatsapp dan media

sosial lainnya untuk dapat menaikkan minat konsumen dan meningkatkan jumlah penjualannya.

## 5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian dalam mengembangkan Usaha Cana Cake Cirebon dalam menghadapi pesaingnya untuk bisa menjadi lebih baik, Ada beberapa Saran yang diberikan khususnya untuk usaha Cana Cake Cirebon adalah sebagai berikut:

1. Pihak dari Cana Cake Cirebon, sebaiknya melakukan perbaikan *brand image* dengan membuat penetapan brand atau membuat logo Cana Cake Cirebon, membuat *packaging* menjadi lebih menarik kemudian merambah ke media sosial dan disertai dengan promo menarik atau membuat produk baru mengikuti tren yang ada. Hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen baru agar dapat mengenal brand Cana Cake Cirebon. Cana Cake Cirebon juga sebaiknya mendekati brand ke konsumen melalui *platform ecommerce*.
2. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan perbandingan beberapa pengusaha yang serupa dalam menerapkan sebuah strategi sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan.