

BAB IV

PENUTUP

Pada bab ini akan disajikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diharapkan dapat memberi manfaat berupa masukan bagi pihak Siomay dan Batagor Si Boss Semarang dalam melakukan strategi agar dapat meningkatkan daya saing.

2.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Siomay dan Batagor Si Boss Semarang” yang terdiri faktor internal berupa bauran pemasaran; Segmentasi, Targeting dan Positioning; dan daya saing. Serta faktor eksternal berupa persaingan, permodalan, teknologi, kebijakan pemerintah, ekonomi, lingkungan serta melakukan analisis SWOT yang dilakukan oleh Siomay dan Batagor Si Boss maka kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada faktor lingkungan internal Siomay dan Batagor Si Boss memiliki kekuatan berupa kualitas produk yang sangat baik dari segi bahan baku maupun rasa yang diberikan, selain itu produk yang diberikan cocok untuk semua kalangan dari anak kecil hingga dewasa. Merk pada usaha ini terbilang menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Harga produk pada usaha ini cukup terjangkau oleh konsumen bahkan konsumen dapat memperoleh diskon atau potongan harga pada pembelian bersekala besar. Untuk pembayaran sendiri usaha Siomay dan Batagor Si Boss memberikan bentuk

pembayaran dengan dua cara yaitu transfer maupun tunai, hal ini agar mempermudah konsumen dalam menentukan pembayaran mana yang akan dipilih.

Selain konsumen pada usaha ini karyawan merasakan tempatnya bekerja cukup nyaman sehingga membuat karyawan betah untuk bekerja di Siomay dan Batagor Si Boss. Usaha ini sudah melakukan pembukuan dalam mengelola keuangannya dan sudah menjalin kerjasama kepada berbagai pihak seperti *re-seller*.

Namun selain kekuatan yang dimiliki, usaha ini memiliki kelemahan yaitu produk yang diberikan Siomay dan Batagor Si Boss terbilang kurang bervariasi maupun beragam karena produk yang dijual Si Boss hanya satu jenis yang original dan ditambah pelengkap saja. Bahkan dari desain produk sendiri terbilang kurang menarik bagi konsumen dalam membeli produk siomay. Jarak lokasi usaha Siomay dan Batagor Si Boss bertempat di Banyumanik hal ini terbilang jauh dari kota selain itu letak lokasi usahanya sendiri hanya dapat diketahui oleh pihak internal atau pihak yang pernah beli sebelum lokasi pindah saja, dikarenakan promosi yang kurang sehingga konsumen kurang mengetahui produk ini. Promosi yang dilakukan Siomay dan Batagor Si Boss terbilang masih pasif karena promosi yang dilakukan lebih banyak ke *word of mouth* yaitu mengenai rekomendasi, menjalin hubungan, bujukan, komentar serta pengalaman konsumen dalam membeli produk Siomay dan Batagor Si Boss saja sehingga yang mengetahui promosi ini lebih ke internal. Selain itu waktu operasional Siomay dan Batagor Si

Boss terbilang masih minim dikarenakan seluruh kendali kegiatan usaha dipegang oleh pemilik dan belum ada yang menggantikan kegiatan yang dilakukan pemilik jika sedang berhalangan atau tidak bisa.

2. Pada faktor lingkungan eksternal usaha Siomay dan Batagor Si Bos memiliki peluang yang terdiri dari teknologi yang berkembang secara pesat, pinjaman dari bank baik dari segi permodalan, adanya keinginan dan kebutuhan masyarakat, banyak masyarakat yang menyukai siomay. Namun walaupun Siomay dan Batagor Si Boss memiliki peluang tetap tidak dapat dipungkiri usaha ini memiliki ancaman yang terdiri dari banyaknya pesaing pada usaha ini, daya beli masyarakat menurun, bahan baku yang langka

2.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan penulis untuk Siomay dan Batagor Si Boss yaitu:

1. Melihat kelemahan dan ancaman pada Siomay dan Batagor Si Boss maka perlu adanya:
 - a. Strategi pemasaran pada produk, perlu adanya inovasi produk tanpa mengubah produk original dan menambah variasi ragam produk serta sekaligus mendesain ulang tampilan produk agar konsumen tidak bosan.
 - b. Strategi pemasaran pada promosi, perlu memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin baik sebagai sarana promosi dengan memanfaatkan media sosial, informasi produk ke konsumen serta banyaknya event yang di Semarang terutama dalam bidang kuliner

dapat dimanfaatkan oleh Siomay dan Batagor Si Boss dalam memasarkan produknya agar dapat menguntungkan usaha.

- c. Strategi pemasaran pada letak, perlu membangun usaha atau cabang ditempat yang lebih strategis agar masyarakat mudah mendapatkan produk Siomay dan Batagor Si Boss, hal ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan bantuan atau pinjaman dari pihak luar seperti bank atau investor.
 - d. Strategi pemasaran pada daya saing berupa waktu, untuk mengontrol strategi pemasaran perlu adanya orang terpercaya yang dapat mewakili dalam menggantikan pengawasan kegiatan usaha selain pemilik usaha.
 - e. Mempertahankan harga atau menaikkan harga nilai produk sedikit walaupun bahan baku langka. Sering tidaknya kelangkaan bahan baku produk pada Siomay dan Batagor Si Boss mengusahakan agar harga yang ditawarkan tidak dinaikan secara drastis agar masyarakat tidak berpindah ke pengusaha lain yang sejenis.
2. Selain menentukan strategi dari kelemahan dan ancaman, kekuatan dan peluang bisa dimanfaatkan oleh Siomay dan Batagor Si Boss dengan melakukan strategi:
- a. Memanfaatkan teknologi agar dapat memperkenalkan merk produk, memberikan informasi adanya diskon pada produk agar mudah dapat dikenal oleh masyarakat, sarana kerjasama terhadap berbagai pihak

agar dapat memperluas pangsa pasar. Teknologi juga dapat berfungsi sebagai sarana pembukuan agar keuangan perusahaan mudah dilakukan.

- b. Suatu keinginan dan kebutuhan masyarakat dapat dimanfaatkan oleh usaha Siomay dan Batagor Si Boss dengan tetap memiliki kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, diskon produk dan sistem pembayaran yang mudah. Dan usaha Siomay dan Batagor Si Boss tetap selalu mengikuti event acara dalam menjualkan dan memperkenalkan produknya.
3. Dengan meningkatkan daya saing, perlu meningkatkan suatu kekuatan usaha yang telah ditetapkan, mengurangi suatu kelemahan yang dialami Siomay dan Batagor Si Boss, memanfaatkan peluang semaksimal mungkin dan menahan maupun menghindari ancaman yang dapat mempengaruhi usaha.

