

BAB VI

KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

1. Dalam menghadapi persaingan bisnis, Sreca Coffee perlu mengembangkan strategi yang tepat dalam menganalisis faktor internal dan eksternal yang dimana strategi Kekuatan-Peluang (SO) dapat dilakukan dengan memanfaatkan pelanggan tetap dalam mempromosikan produk, konsisten dengan cita rasa dan menciptakan produk baru, serta memanfaatkan lokasi yang strategis dengan relasi yang luas. Selain itu, strategi Kekuatan-Ancaman (ST) juga perlu dilakukan dengan melakukan strategi promosi yang tepat untuk mengembangkan penjualan, melakukan inovasi baru terhadap kemasan produk, dan mempertahankan harga yang kompetitif. Namun, Sreca Coffee juga perlu mengatasi kelemahan yang dimiliki. Oleh karena itu, strategi Kelemahan (WO) perlu dilakukan dengan menambah karyawan untuk memaksimalkan pelayanan, melakukan promosi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, dan melakukan renovasi tempat dan menambah beberapa fasilitas. Selain itu, strategi Kelemahan-Peluang (WT) juga perlu dilakukan dengan meningkatkan promosi produk, melakukan peningkatan pada produktivitas karyawan, dan melakukan penambahan luas ruangan dan juga tempat duduk.
2. Hasil analisis dengan menggunakan metode AHP menunjukkan bahwa prioritas strategi yang harus diterapkan pada Sreca Coffee adalah sebagai berikut: Pertama, indikator ST, yaitu Sreca Coffee harus mempertahankan harga, menjadi prioritas utama. Kedua, indikator WT, yaitu meningkatkan promosi produk, menjadi prioritas kedua. Ketiga, indikator SO, yaitu memanfaatkan pelanggan tetap dalam mempromosikan Sreca, menjadi prioritas ketiga. Terakhir, indikator WO, yaitu menambah karyawan untuk memaksimalkan pelayanan, menjadi prioritas keempat. Dengan demikian, Sreca Coffee dapat

fokus pada strategi yang paling penting dan efektif untuk mencapai tujuan bisnis.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk peneliti berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti ini dapat menjadi acuan bagi pemilik Sreca *Coffee* dalam memilih alternatif strategi yang akan diterapkan sehingga Sreca *Coffee* mampu bersaing di pasaran.
2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambahkan metode lain sehingga dapat menghasilkan karya ilmiah yang lebih baik lagi

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A.H., Suhartini., 2023. Analisis SWOT dan AHP untuk Menentukan Strategi Pengembangan Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus: UD. Duta Sumber Ayem Niaga). *Jurnal Of Research and Technology*, Vol. 09, No. 02, Hal 211-220.
- Ariefta, S., Suseno, A., dan Hadining, A.F., 2022. Pemilihan Alternatif Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)-AHP (Analytical Hierarchy Process) Studi Kasus Kedai Kolaboraa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol.08, No. 12, Hal 372-383.
- Azzahra, M., Abdurrahman, A.I., dan Alamsyah., 2023. Fenomena Ngopi di Coffee Shop Pada Gen Z, *Jurnal Social Science Academic*, Vol. 01, No. 02, Hal. 493-506.
- Aditya, D., Zaman, A.N., Hutami, M.S., Mahindriya, P.S., Puspita, D.A., dan Wahyudi, D., 2020. Analisis Manajemen Strategi Menggunakan Metode SWOT dan AHP (Studi Kasus: Warkop Meteora Al-Berkah Limo), *Jurnal Departement Teknik Mesin dan Industri FT UGM*, Hal. 30-34.
- Nugraha, L.A., Kartika, N., 2021. Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis Bebys Coffee Menggunakan Analisis Swot dengan Neutrosophic Analytic Hierarchy Process. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, Vol 04, No. 02, Hal 123-138.
- Permata, e.g., Kusumanto, I., Nur, M., dam Sijabar, M.N., 2019. Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot dan Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk Meningkatkan Volume Penjualan. Hal. 609-616.
- Tanisri, R.H.A., Rizahrahman, H., Suminar, R, dan Nadia, A., 2020. Analisis Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pakaian Menggunakan *Analitycal Hierarchy Process*. *Jurnal of Industrial and Engineering System (JIES)*. Vol. 04, No. 02, Hal. 82-91.
- Mukhlasin, A., Pasaribu, M.H., 2020. Analisis Swot Dalam Membuat Keputusan Dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Jurnal Research and Education Studies*, Vol.01, No.01, Hal. 33-43.

- Fawzi, M.G.H., Iskandar, A.S., Erkangga, H., Nurjaya, dan Sunarsi, D., 2022, *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Book, Tanggerang Selatan.
- Manulang, M., Hutabarat, E., 2016, Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global, Indomedia Pustaka, Yogyakarta.
- Mulida, E., Djuanda, G., Silalahi, I.V., Yasa, N.N.K.Y., Tasrim, P.L.D.R., Wardhana, A., Aprilia, I.G.N.J.A.W.K.H.D., Yusiana, E., dan Ismail A.R.S., 2020, Manajemen Strategik, Media Sains Indonesia, Bandung.
- Fatmawati., Kurniawan, B.P.Y., dan Suryadi, U., 2018. Analisis Daya Saing Dan Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Java Coffee Competitiveness Analysis And Marketing Strategies Java Coffee Ground Coffee. Jurnal Pertanian. Vol. 09, No. 02, Hal. 61-75.
- Pratiwi, H., (2020, May), Metode Analytical Hierarchy Process. 20 Juni, https://www.researchgate.net/publication/341767794_METODE_ANALYTICAL_HIERARCHY_PROCESS_Oleh_Heny_Pratiwi.
- Putri, M,A., Rahayu, A., dan Dirgantara, P,D., 2022. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks Swot, Matriks Ife, Matriks Efe, Dan Matriks Ie (Studi Kasus Pada Bisnis Banjagim.Id). Jurnal Manajmenen dan Kewirausahaan, Vol. 07, No. 01, Hal 224-234.
- Ahamd, R., 2018. Penggunaan Sistem Pendukung Keputusan Dengan Menggunakan Metode AHP Dalam Menyeleksi Kelayakan Penerima Beasiswa. Jurnal Metik. Vol. 02, No. 01, Hal 28-33.
- Firmansyah, D., Dede., 2022. Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH), Vol. 01, No.02, Hal 86-114.
- Winarto, H., 2011. Strategi Pemasaran. Jurnal Majalah Vol. 14, No. 03, Hal 124-128.
- Pahlevi, N.O., 2020. Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Analisis Swot (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) Dan Ahp (Analytical Hierarchy Process) (Studi Kasus : Pt. Rins), Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Surakarta.

- Warman, S.W., 2020. Pemasaran Produk Agribisnis (Fungsi Pemasaran Mie Instan), Skripsi, Universitas Riau, Pekanbaru.
- Sulasih., 2019. Implementasi Matrik Efe, Matrik Ife, Matrik Swot Dan Qspm Untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik Di Keser Notog Patikraja Banyumas. Jurnal E-Bis, Vol. 03, No. 01, Hal 27-40.
- Sanjaya, H.B., Ruslan, D.R., Sundari, S>R., Hakim, M.A., dan Alexandri, M.b., Analisis Peluang Bisnis Jasa fotografi “garis Potography” dengan Business Model Canvas dan Analisis SWOT. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Hal 202-207
- Nizami, F., 2024. Analisis Strategi Pemasaran Coffee Shop Moja Kitchen Menggunakan Pendekatan SWOT dan Integrasi Metode Analytic Hierarchy Process dalam QSPM. Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital (JIMaKeBiDi), Vol. 01, No. 01, Hal 01-11.
- Haganta, L.D., Nurhayati, A., Liviawaty, E., dan Gumilar, I., 2024. Analisis Strategi Pemasaran Usaha Ikan Hias Air Tawar Di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat. Jurnal Ilmiah PLATAKX, Vol 12, No. 02, Hal 1-12.
- Amin, N.A., Garancang, S., dan Abunawas, K., 2023. Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Vol. 14, No. 01, Hal 15-31.
- Arsi, A., 2024. Langkah-langkah Uji Validitas Reabilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS. Hal, 1-9.
- Hakim, R.A., Mustika, I., dan Yuliani, W., 2021. Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. Vol. 4, No. 04, Hal 1-6.
- Ramadhan, M.F., Siroj, R.A., dan Afgani, M.W., 2024. Validitas dan Reabilitas, Vol. 06, No. 02, Hal 1-9.
- Aedi, N., 2010. Instrumen Penelitian Dan Pengumpulan Data, Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Mahendra, S.D.K., 2023. PENENTUAN strategiipemasaran pada pizza hut delivery (PHD) menggunakan metodeianalisis swotidan analytical

hierarchy process (AHP) (Studiikasus phd cabang sultan agung semarang),
Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.