

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada Ayam Keprabon Express Gwalk, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Analisis *Porter five forces model* menyatakan bahwa tingkat ancaman tinggi pada Ayam Keprabon berasal dari (X₃) persaingan dalam satu industri dan (X₄) Ancaman produk substitusi.
2. Melalui rumusan analisis SWOT total nilai terbesar pada strategi ST dengan nilai 3,30 Situasi ini menunjukkan bahwa Ayam Keprabon Express Gwalk memiliki kekuatan dan ancaman sehingga dapat memanfaatkan kekuatan dari (X₂) daya tawar pemasok dan (X₅) daya tawar pembeli untuk mengatasi ancaman dari (X₃) ancaman persaingan dalam satu industri dan (X₄) ancaman dari produk substitusi.
3. Hasil diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa Ayam Keprabon Express Gwalk berada pada kuadran I yang mendukung strategi diversifikasi (produk/pasar) dengan mempertahankan ciri khas produk dan kemasan, meningkatkan strategi marketing, melakukan inovasi dan terus menciptakan produk unik dan menarik, mempertahankan harga jual dengan kualitas terbaik, memperbaiki service, pelayanan dan menambah fasilitas *dine in*.

5.2 Saran

Strategi bersaing yang harus diterapkan pada Ayam Keprabon Express Gwalk agar dapat menghadapi kompetitor dan memperoleh keunggulan kompetitif sebagai berikut :

1. Untuk mengurangi ancaman dari persaingan antar satu industri Ayam Keprabon Express hendaknya memperluas dan memperbanyak strategi marketing agar semakin eksis, dan mengenalkan produk dengan menambah atribut promosi agar dapat dilihat oleh masyarakat yang berlalu lalang.
2. Ayam Keprabon Express Gwalk hendaknya mengembangkan brand dengan mengandalkan ciri khas dari pengolahan dan bumbu ayam geprek yang dimiliki Ayam Keprabon untuk menciptakan rasa penasaran calon konsumen.
3. Ayam Keprabon hendaknya merancang inovasi atau penambahan produk baru agar menu pilihan lebih banyak untuk mengurangi ancaman dari produk substitusi lain dengan memanfaatkan bahan baku yang ada tanpa menghilangkan ciri khas dari Ayam Keprabon.
4. Ayam Keprabon hendaknya meningkatkan dan memperkuat strategi marketing dengan memanfaatkan media sosial (konten iklan, email bisnis, youtube) dan melakukan kerjasama dengan catering, hotel atau mengundang *influencer (foodvlogger/foodblogger)*.
5. Untuk mengurangi ancaman dari pembeli Ayam Keprabon hendaknya selalu memperbaiki service, pelayanan, dan fasilitas seperti pengharum

ruangan, AC, permainan, dan layout yang *instagramabell* agar konsumen merasa nyaman dan memiliki nilai tambah dimata konsumen.

6. Owner Ayam Keprabon hendaknya selalu mengetahui kondisi lingkungan sekitar dan melakukan evaluasi dengan melihat saran atau masukan yang diberikan oleh konsumen.