

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Penentuan prioritas strategi pemasaran Alltime Buns dilakukan melalui beberapa tahapan analisis yang meliputi Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SOAR, dan Matriks QSPM. Hasil analisis Matriks IFE dan EFE menunjukkan bahwa kondisi internal dan eksternal Alltime Buns berada pada kategori kuat sehingga menempatkan perusahaan pada Kuadran I dalam Matriks IE yang menunjukkan strategi *grow and build*. Berdasarkan hasil analisis Matriks SOAR didapatkan 9 alternatif strategi pemasaran yang merupakan hasil kolaborasi antara faktor S-A, O-A, S-R, dan O-R. Untuk menentukan strategi yang paling prioritas, dilakukan analisis menggunakan Matriks QSPM dengan membandingkan nilai *Total Attractiveness Score (TAS)* dari setiap strategi. Strategi yang mendapat prioritas untuk diterapkan Alltime Buns ada pada strategi nomor 5 dengan skor TAS sebesar 1,914 yaitu Memperluas saluran distribusi melalui kerja sama dengan platform *food delivery* serta menawarkan varian menu khusus untuk segmen pemesanan *online*.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menghasilkan beberapa alternatif strategi pemasaran melalui analisis matriks IFE, EFE, IE, SOAR, dan QSPM. Namun, penelitian ini masih terbatas pada tahap perumusan untuk menentukan strategi dan belum mengkaji secara langsung implementasi strategi tersebut dalam kegiatan operasional usaha. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji penerapan strategi yang telah dirumuskan serta mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan penjualan dan daya saing usaha.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan dan mengembangkan metode lain, seperti *Analytic Hierarchy Process* (AHP), untuk mendukung penerapan metode SOAR dan QSPM. Metode AHP bisa digunakan untuk mencari bobot prioritas setiap faktor secara lebih sistematis melalui perbandingan berpasangan, sehingga strategi alternatif yang dihasilkan menjadi lebih akurat dan objektif.
3. Alltime Buns disarankan untuk menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan.