

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

1. Warung Bakso Mas Pur memiliki faktor internal dengan kekuatan utama yaitu nama dan citra yang sudah dikenal lama, harga yang kompetitif, produk berkualitas, sedangkan kelemahan utama yang dimiliki adalah lahan parkir yang terbatas, tidak ada promosi dan pengelolaan keuangan yang masih sederhana. Faktor eksternal Warung Bakso Mas Pur adalah permintaan pasar untuk menambah menu yang bervariasi, perkembangan *internet* sebagai media promosi, sedangkan untuk ancaman yaitu bertambahnya pesaing dari produk substitusi seperti soto ayam atau soto daging dan pesaing dari produk sejenis serta terus meningkatnya harga bahan baku.
2. Warung Bakso Mas Pur harus menggunakan strategi intensif yakni, strategi penetrasi pasar dengan mengoptimalkan *internet* sebagai media promosi dan pemasaran *online* untuk memperluas jangkauan pemasarannya, serta menerima pesanan *online* dan *offline*, seperti *event* atau partai besar. Strategi pengembangan pasar dengan menjaga nama baik dan mempertahankan harga untuk menghadapi persaingan, dan meningkatkan administrasi keuangan dan pemasaran. Strategi pengembangan produk yaitu menciptakan variasi produk dengan harga yang kompetitif dan mempertahankan kualitas produk berdasarkan permintaan konsumen yang terus meningkat.

5.2 Saran

1. Warung Bakso Mas Pur perlu mengoptimalkan pemasaran dan pengolahan produk, dengan menciptakan variasi menu baru, membuat bakso kemasan seperti *frozen food* dan kemasan instan untuk dipasarkan melalui *online* maupun *offline* untuk meningkatkan penjualan.
2. Warung Bakso Mas Pur sebaiknya memperluas jaringan pemasaran untuk menjangkau lebih banyak konsumen baik di dunia maya maupun dunia nyata dengan memasarkan melalui media sosial dan membuka cabang baru di luar daerah Kabupaten Bekasi.

3. Penelitian lanjutan sangat diperlukan untuk meningkatkan pengembangan usaha pada Warung Bakso Mas Pur seperti mengkaji sistem manajemen rantai pasok dan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*).