

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Dari hasil penelitian tentang Analisis Pengembangan Bisnis *Viqiqa Family Food* dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Menggunakan Pendekatan SWOT, dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Pengembangan bisnis *Viqiqa Family Food* dengan menggunakan metode *Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control* (SOSTAC)

adalah sebagai berikut:

a. *Situation Analysis*

Tahap situation analysis adalah tahap untuk mengetahui keadaan internal dan eksternal sekarang pada bisnis *Viqiqa Family Food*. *Viqiqa Family Food* saat ini memiliki pelanggan yang kebanyakan wanita berusia lebih dari 30 tahun dan ingin memperluas segmentasinya yaitu anak muda berusia 15-30 tahun. Kompetitor *Viqiqa Family Food* saat ini adalah Bolen Fatmawati, Tiara Rasa, dan Pisang Rojo *Cake and Cookies*. Pada saat ini meskipun menghadapi berbagai ancaman, *Viqiqa Family Food* masih memanfaatkan kekuatan dari segi internalnya.

b. *Objectives*

Viqiqa Family Food memiliki tujuan yang ingin dicapai yaitu meningkatkan omzet penjualan, memperkuat *brand awareness* sebagai oleh-oleh khas Semarang, dan memperluas jaringan distribusi baik online maupun offline.

c. *Strategy*

Strategi yang diterapkan Viiqqa *Family Food* adalah menentukan segmentasi pasar, target pasar, dan penempatan *brand* Viiqqa *Family Food* agar berbeda dengan merek lainnya. Strategi yang sudah diterapkan mencakup segmentasi wisatawan dan keluarga kelas menengah di Semarang, *targeting* pelanggan luar kota melalui pemesanan online, serta *positioning* sebagai pisang bolen premium khas Semarang.

d. *Tactics*

Pada tahap taktik yaitu penerapan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) di Viiqqa *Family Food*. Pada produk, Viiqqa *Family Food* menentukan produk yang di produksi setiap harinya. Pada bauran harga, Viiqqa *Family Food* menentukan harga yang tepat sesuai pasar. Selanjutnya pada bauran tempat, Viiqqa *Family Food* menentukan menggunakan toko offline dan online yaitu melalui media sosial. Promosi yang dilakukan belum terlalu fokus dan maksimal yang harus ditingkatkan.

e. *Action*

Action yaitu mewujudkan strategi yang menjadi tindakan terukur atau pengimplementasian. Viiqqa *Family Food* telah mengimplementasikan strategi yang dilakukan seperti pengadaan *giveaway*, pemberian diskon, pemberian gratis ongkir untuk pelanggan.

f. *Control*

Pada tahap ini dilakukan pengontrolan objectives yaitu dengan menghitung hasil dari strategi yang diterapkan. Dari hasil perhitungan kuesioner, dapat

disimpulkan bahwa pelanggan sudah sangat puas pada saat berbelanja di Viqqa *Family Food*. Hal ini menandakan apabila pelayanan di Viqqa *Family Food* sangatlah baik.

2. Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada bisnis Viqqa *Family Food* untuk meningkatkan omzet penjualan.

Bisnis Viqqa *Family Food* memiliki kekuatan yang harus dipertahankan, kelemahan yang harus diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, dan ancaman yang harus diantisipasi. Untuk tujuan ke depannya bisnis Viqqa *Family Food* perlu menargetkan penjualan minimal 700pcs atau 70box per hari, mendekatkan diri dengan pelanggan secara rutin, memperbaiki sistem promosi yang digunakan, dan menambah jumlah tenaga kerja. Implementasi yang perlu digunakan yaitu mengoptimalkan media sosial, menambah varian produk, memberikan voucher toko, memberikan gratis ongkos kirim, dan giveaway. Pada tahap akhir, diharapkan dengan menggunakan analisis SWOT dapat meningkatkan omzet penjualan di setiap tahunnya.

3. Strategi yang harus diterapkan untuk pengembangan bisnis dan meningkatkan penjualan dilihat dari aspek pemasaran, produksi, SDM dan keuangan dalam bisnis Viqqa *Family Food* sesuai dengan analisis SOSTAC dan pendekatan SWOT.

Dilihat dari sisi pemasaran, pendekatan yang dilakukan oleh bisnis Viqqa *Family Food* adalah dengan memperkuat citra produk sebagai oleh-oleh khas Kota Semarang melalui pemanfaatan media digital secara lebih aktif. Strategi ini mencakup optimalisasi *platform* seperti Instagram dan TikTok sebagai media

promosi, pemanfaatan *marketplace* untuk menjangkau pelanggan luar kota. Pengembangan pemasaran didukung oleh kekuatan internal berupa kualitas produk yang terjaga dan loyalitas pelanggan yang sudah terbentuk.

Dalam aspek produksi, salah satu kelemahan utama yang dihadapi bisnis ini adalah masa simpan produk yang *relative* pendek. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang diterapkan adalah inovasi produk dalam bentuk *frozen* bolen atau pisang bolen beku. Produk ini dirancang agar dapat bertahan lebih lama, sehingga cocok untuk pelanggan dari luar kota dan dapat memperluas pasar.

Sementara itu, pada aspek sumber daya manusia, dibutuhkan langkah konkret berupa perekrutan karyawan tambahan yang kompeten, serta pelatihan rutin guna meningkatkan keterampilan dan produktivitas. Strategi ini sejalan dengan ancaman eksternal berupa tingginya persaingan di sektor industri kuliner dan keterbatasan tenaga kerja saat ini.

Di bidang keuangan, *Viqiq Family Food* perlu melakukan perbaikan dalam sistem pencatatan keuangan yang masih bersifat manual. Salah satu bentuk strategi pengembangan yang dapat dilakukan adalah digitalisasi pencatatan keuangan.

Adapun ide pengembangan bisnis yang paling relevan dan potensial untuk diterapkan *Viqiq Family Food* ke depannya adalah peluncuran produk “Pisang Bolen Frozen Series”, yaitu produk pisang bolen dalam bentuk beku yang dapat bertahan hingga 7 hari dalam penyimpanan dingin. Selain memperluas pasar ke wilayah yang lebih jauh, inovasi ini juga memberi solusi atas masalah masa simpan yang terbatas. Disusul dengan strategi kolaborasi bersama UMKM lain dan agen perjalanan wisata, *Viqiq Family Food* dapat menyusun paket oleh-oleh terpadu

husus Semarang yang ditujukan kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan demikian, strategi pengembangan yang terencana melalui pendekatan SWOT dan SOSTAC dapat menjadi dasar yang kokoh bagi *Viqiqa Family Food* untuk meningkatkan omzet secara berkelanjutan dan mencapai pertumbuhan usaha yang lebih kompetitif di masa mendatang.

1.2 Saran-saran

Berdasarkan simpulan tersebut, penulis memberikan rekomendasi terkait dengan penelitian yang dilakukan mengenai “Analisis Pengembangan Bisnis *Viqiqa Family Food* dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Menggunakan Pendekatan SWOT” sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

- a. Bagi para akademisi yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk menyempurnakan data yang dikumpulkan sehingga penelitian ini dapat berkembang lebih lanjut dan memperluas perspektif penulis. Disarankan untuk mengembangkan integrasi SWOT dan SOSTAC menjadi model evaluasi yang lebih kuantitatif, misalnya dengan penentuan titik koordinat kuadrat pada SWOT sehingga strategi dapat di prioritaskan berbasis skor bobot faktor internal dan eksternal.
- b. Kajian berikutnya dapat menambahkan analisis digital marketing matriks pada tahap SOSTAC bagian Control untuk mengukur efektivitas strategi promosi online terhadap omzet penjualan.

2. Saran Praktis

Saran yang dapat penulis sampaikan setelah melakukan analisis SWOT untuk pengembangan bisnis yang dapat dilakukan pada bisnis Viqiqqa *Family Food*, yaitu:

- a. Perbaikan Kemasan dan Peningkatan Masa Simpan Produk
Mendesain ulang kemasan agar lebih menarik dan informatif sekaligus mampu memperpanjang masa simpan produk. Hal ini memungkinkan produk dipasarkan di luar kota dengan kualitas tetap terjaga serta meningkatkan daya tarik sebagai oleh-oleh khas Semarang.
- b. Penguatan Promosi Digital dan Branding Usaha
Mengoptimalkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook dengan jadwal unggahan rutin, pemanfaatan fitur iklan berbayar, serta kerja sama dengan influencer kuliner lokal untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
- c. Peningkatan Kompetensi SDM dan Efisiensi Operasional
Melakukan perekrutan tambahan karyawan untuk produksi dan pelayanan toko, memberikan pelatihan rutin terkait standar kebersihan dan pelayanan pelanggan, serta menerapkan pencatatan keuangan digital untuk meningkatkan efisiensi administrasi.
- d. Kolaborasi Strategis untuk Memperluas Pasar
Menjalin kerja sama dengan pusat oleh-oleh, agen perjalanan wisata, dan pelaku UMKM lain untuk menciptakan paket produk bersama. Strategi ini

memperluas pasar sekaligus menjadi langkah keberlanjutan usaha agar tidak bergantung pada penjualan musiman.

Selain saran praktis di atas, adapun beberapa saran yang diberikan penulis untuk keberlanjutan usaha agar bisnis terus berkembang dalam jangka panjang, berikut saran praktis yang dapat diterapkan oleh bisnis *Viqiq Family Food*:

a. Diversifikasi Produk dan Inovasi Rasa

Menambah variasi rasa dan jenis oleh-oleh khas Semarang yang dapat meningkatkan minat beli pelanggan, sekaligus menjadi strategi untuk memperluas segmen pasar tanpa bergantung pada satu jenis produk.

b. Penguatan Jaringan Distribusi dan Penjualan Online

Mengembangkan sistem penjualan berbasis online melalui marketplace dan media sosial, serta menjalin kerja sama dengan pusat oleh-oleh dan toko ritel di luar Kota Semarang untuk memperluas jangkauan pemasaran.

c. Penerapan Sistem Reseller dan Agen Penjualan

Membentuk jaringan reseller atau agen di berbagai wilayah untuk mempercepat penetrasi pasar. Sistem ini dapat membantu meningkatkan omzet secara berkelanjutan tanpa menambah beban produksi yang besar di awal.

d. Manajemen Keuangan dan Investasi Berkelanjutan

Menerapkan pencatatan keuangan yang rapi dan memisahkan modal usaha dengan keuangan pribadi. Sebagian keuntungan dapat dialokasikan untuk investasi mesin produksi modern yang mendukung peningkatan kapasitas dan efisiensi jangka panjang.

e. Peningkatan Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan

Menjaga kualitas produk, kebersihan, dan pelayanan prima untuk membangun loyalitas pelanggan. Program loyalitas seperti diskon pelanggan tetap atau membership akan membantu menciptakan konsumen yang berulang.

f. Sustainability dalam Bahan Baku dan Produksi

Mengupayakan kerja sama dengan pemasok bahan baku lokal secara jangka panjang untuk menjamin kualitas dan harga yang stabil, serta mulai menerapkan konsep ramah lingkungan dalam kemasan untuk menambah nilai jual.



IKOPIN
University