

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tentang STRATEGI PENGEMBANGAN PADA USAHA BAKSO SOSOHOKKI melalui pendekatan SWOT dan BMC hasil penelitian dan perencanaan bisnis yang telah dibuat, berikut adalah kesimpulan penting dari pengembangan Usaha Bakso Sosohokki :

1. Masalah utama yang ditemukan dari survei adalah bahan baku, pelayanan, dan harga. Masalah ini tidak hanya dialami oleh konsumen Bakso Sosohokki.
2. Strategi bisnis yang digunakan mencakup pemasaran 7P, operasional berbasis PO, manajemen SDM mandiri, serta strategi keuangan yang efisien tanpa bergantung pada pinjaman eksternal.
3. Kinerja keuangan selama Januari-juli tahun 2025 menunjukkan struktur usaha yang sehat dan mandiri. Semua dana berasal dari modal sendiri, dengan laba bersih mencapai Rp226.500. Proyeksi tahun depan menunjukkan peningkatan laba hingga lebih dari Rp1 juta.
4. Analisis SWOT dan rencana pengembangan telah dibuat untuk menentukan arah strategis usaha ke depan, baik jangka pendek (3 tahun), termasuk perluasan distribusi, optimalisasi media sosial, dan inovasi produk berdasarkan tren terkini.

5.2 Saran

Dalam jangka pendek, usaha Bakso Sosohokki disarankan untuk menjaga konsistensi rasa, dan kualitas bahan baku dengan melakukan survei kepuasan pelanggan secara rutin, serta meningkatkan pelayanan dan promosi sederhana melalui media. Dalam jangka panjang, usaha perlu mengembangkan inovasi menu, memperluas jaringan pemasaran, serta menerapkan strategi berbasis SWOT dan BMC secara berkesinambungan guna memperkuat daya saing.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah jumlah responden dan memperluas variabel penelitian, agar hasil penelitian lebih komprehensif dan mendukung pengembangan sejenis.