

Analisis SWOT Bisnis Aksesoris Pada Produk *Sweetenerbyf*



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Ni Wayan Feby Kusuma Dewi

NIM 2015713099

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

Analisis SWOT Bisnis Aksesoris Pada Produk *Sweetenerbyf*



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

Ni Wayan Feby Kusuma Dewi

NIM 2015713099

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ni Wayan Feby Kusuma Dewi
NIM : 2015713099
Prodi/Jurusan : D3 Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir saya dengan judul:

“Analisis SWOT Bisnis Aksesori Pada Produk Sweetenerbyf”

Adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Tugas Akhir ini dan disebutkan pada daftar Pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, 21 Juli 2023

Yang menyatakan,



Ni Wayan Feby Kusuma Dewi

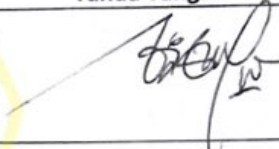


NIM 2015713099

Lembar Persetujuan dan Pengesahan
**ANALISIS SWOT BISNIS AKSESORI PADA
PRODUK SWEETENERBYF**

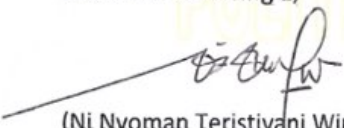
Tugas akhir ini diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh Ijazah Diploma Tiga
Program Studi Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

NI WAYAN FEBY KUSUMA DEWI
NIM 2015713099

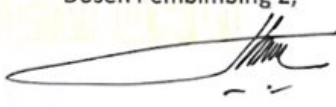
Badung, 25 Agustus 2023
Disetujui oleh,

| Nama Penguji | Tanda Tangan |
|---|---|
| Ketua Dosen Penguji, Ni Nyoman Teristiyani Winaya, SE., M.M NIP. 196110301987032001 |  |
| Dosen Penguji 1, Ida Bagus Sanjaya, SE., MM NIP. 196307301989031002 |  |
| Dosen Penguji 2, Ni Putu Maha Lina, B.B.A., MM NIP. 0028109404 |  |


Dosen Pembimbing 1,


(Ni Nyoman Teristiyani Winaya, SE., M.M)
NIP. 196110301987032001


Dosen Pembimbing 2,


(Drs. I.B. Artha Adnyana, M.Hum)
NIP. 196312311989031023

Disahkan oleh,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua,


(Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.)
NIP. 196409291990032003

Diketahui oleh,
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua,


(I Made Widiyantara, S.Psi, M.Si)
NIP. 197902182003121002

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya serta semangat dan tekad yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “**Analisis SWOT Bisnis Aksesoris Pada Produk Sweetenerbyf**”. Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan guna memenuhi persyaratan kelulusan dalam menempuh pendidikan Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak menerima bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak yang sangat bernilai bagi penulis dan Tugas Akhir pun dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Untuk itu kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

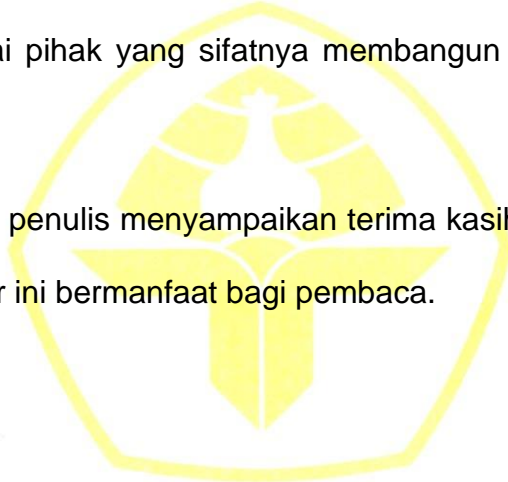
1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas-fasilitas selama penulis menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, S.E., M.BA, Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

3. Bapak I Made Widiantera, S.Psi., M.Si. selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
4. Ibu Ni Nyoman Teristiyani W. SE., MM selaku Dosen Pembimbing I karena telah memberikan bimbingan, pengarahan, saran, serta dukungan kepada penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Drs. I B Artha Adnyana M, Hum. selaku Dosen Pembimbing II karena telah memberikan bimbingan, pengarahan, saran, serta dukungan kepada penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Para Dosen Pengajar di Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan bimbingan dalam pengetahuan yang luas kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.
7. Ibu Christy selaku Owner bisnis *Jose Silver Studio* yang telah memberikan izin untuk berbagi informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Orang Tua Tercinta Bapak I Nyoman Merta dan alm Mamak yang menjadi motivasi penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini dan selalu mendoakan, memberikan dukungan moral maupun materi kepada penulis sejak mengikuti awal perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.

9. Semua adik saya dan Agung Wisnu yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini,
10. Semua pihak yang terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung sehingga Tugas akhir ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan, tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Demikianlah penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi pembaca.



Badung, 21 Juli 2023

JURUSAN ADMINISTRASI
POLITEKNIK NEGERI BALI

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PRAKATA | iv |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Pokok Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| E. Metode Penelitian..... | 7 |
| 1. Lokasi Penelitian..... | 7 |
| 2. Objek Penelitian..... | 7 |
| 3. Data Penelitian..... | 7 |
| 4. Teknik Analisis Data..... | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 12 |
| A. Strategi Pemasaran..... | 12 |
| 1. Pengertian Strategi Pemasaran | 12 |
| 2. Jenis-Jenis Strategi..... | 15 |
| 3. Bauran Pemasaran | 19 |

| | |
|--|----|
| 4. Business Model Canvas (BMC) | 24 |
| B. Analisis SWOT | 26 |
| 1. Pengertian analisis SWOT | 26 |
| 2. Manfaat Analisis SWOT | 29 |
| 3. Tujuan Analisis SWOT | 29 |
| 4. Unsur-unsur SWOT..... | 29 |
| 5. Matriks SWOT | 33 |
| C. UMKM | 35 |
| BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN | 37 |
| A. Sejarah bisnis..... | 37 |
| B. Bidang Usaha..... | 39 |
| C. Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan | 41 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| A. Kebijakan Perusahaan | 43 |
| B. Analisis dan Interpretasi Data..... | 44 |
| 1. Deskripsi Karakteristik Informan..... | 44 |
| 2. Identifikasi Bisnis dengan Bauran Pemasaran | 46 |
| 3. Analisis SWOT Bisnis <i>Sweetenerbyf</i> | 56 |
| 4. Analisis Strategi Matriks SWOT | 62 |
| C. Hasil dan Pilihan <i>Sweetenerbyf</i> Untuk Pengembangan Bisnis yang Tepat Berdasarkan Analisis SWOT | 65 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 68 |
| A. SIMPULAN | 68 |

B. SARAN..... 69

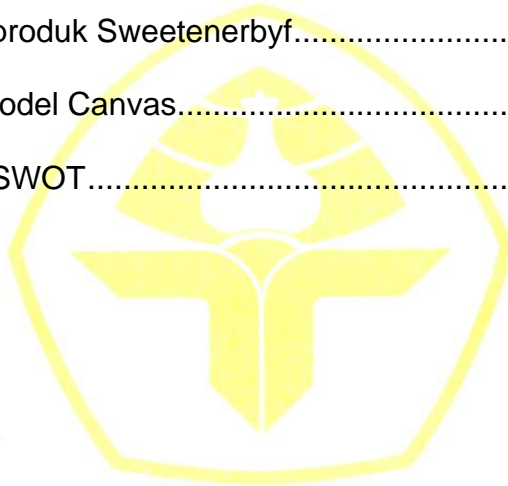
DAFTAR PUSTAKA



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Matriks SWOT..... | 35 |
| Tabel 2. 2 Kriteria UMKM..... | 36 |
| Tabel 4. 1 Laporan Neraca Keuangan Sweetenerbyf | 47 |
| Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi Sweetenerbyf..... | 47 |
| Tabel 4. 3 Produk-produk Sweetenerbyf..... | 49 |
| Tabel 4. 4 Bisnis Model Canvas..... | 61 |
| Tabel 4. 5 Matriks SWOT..... | 62 |



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3. 1 Logo Bisnis Sweetenerbyf | 39 |
| Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Garis <i>Sweetenerbyf</i> | 41 |



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kegiatan Bisnis dalam event Sunday Market..... | 71 |
| Lampiran 2 Dokumentasi dengan Owner Jose Silver Studio | 72 |
| Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Kepada Responden Yang Sudah Pernah Membeli Produk..... | 73 |
| Lampiran 4 Daftar Pertanyaan Kepada Responden Yang Belum Pernah Membeli Produk..... | 75 |
| Lampiran 5 Daftar Pertanyaan Kepada Owner Bisnis <i>Jose Silver Studio</i> | 76 |



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan sebuah aktivitas yang dikelola oleh seorang individu atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan meraih keuntungan. Perusahaan sebuah organisasi memproses perubahan keahlian dan sumber daya ekonomi menjadi barang dan atau jasa yang di peruntukan kebutuhan para pelanggan dan keuntungan bagi para pemiliknya. Konsep komponen bisnis antara lain pasar, perusahaan, pihak eksternal, konsep perubahan.

Indonesia membutuhkan sedikitnya empat juta wirausaha baru untuk turut mendorong penguatan struktur ekonomi. Sebab, saat ini rasio wirausaha di dalam negeri masih sekitar 3,1 persen dari total populasi penduduk. Pemerintah terus mendorong penguatan ekosistem UMKM melalui Digitalisasi UMKM agar produktivitas dapat meningkat. Pemerintah juga terus mendorong partisipasi UMKM Indonesia dalam ekosistem

ekonomi digital melalui dua pendekatan utama yakni penguatan Ekosistem UMKM dan penguatan Ekosistem e-Commerce.

UMKM merupakan bagian dari perekonomian Indonesia yang mandiri dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dilihat dari tiga peranan UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi sarana pemerataan tingkat ekonomi rakyat kecil, sarana mengentaskan kemiskinan dan sarana pemasukan devisa bagi negara.

Kesadaran akan pentingnya UMKM ini harus disertai dengan kebijakan dan regulasi dari pemerintah dalam mengelola dan meningkatkan peran UMKM agar dapat tumbuh dan berkembang. Kebijakan strategis yang diterapkan Pemerintah di antaranya yaitu Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), implementasi UU Cipta Kerja dan aturan turunannya, maupun program Bangga Buatan Indonesia (BBI).

Terdapat banyak sekali kategori barang yang diminati masyarakat Indonesia saat berbelanja *online*, mulai dari kuliner, *fashion*, *game*, peralatan rumah tangga, hingga tiket. Kategori barang yang sangat diminati masyarakat Indonesia dalam berbelanja *online* yaitu kategori *fashion* dan kecantikan. Menurut Rezky Yanuar selaku Brand Manager Shopee Indonesia, produk *fashion* telah menjadi produk yang paling diminati dalam belanja *online* bagi masyarakat Indonesia karena *fashion* merupakan sesuatu yang bisa dibeli setiap hari dan juga memiliki harga

yang tidak terlalu tinggi. Hal tersebut juga didukung karena produk *fashion* merupakan salah satu kebutuhan primer untuk masyarakat modern yang harus terpenuhi. Dengan gaya hidup masyarakat Indonesia yang sebagian besar memperhatikan penampilan telah menjadi alasan mengapa produk *fashion* menjadi peluang bagi para pelaku *online shop*.

Banyak sekali remaja yang mengutamakan penampilannya di era milenial saat ini, mereka sering menggunakan aksesoris untuk menunjang penampilannya ketika di sekolah, kampus, lingkungan tempat ia tinggal, atau ketika sedang *hang out* dengan teman-temannya. Mulai dari menggunakan cincin, kalung, anting-anting, gelang, dan gelang kaki. Dalam menjalankan wirausaha/bisnis, yang pertama adalah bagaimana kita menciptakan suatu inovasi baru, dimana nantinya aksesoris yang dibuat adalah aksesoris yang unik sesuai dengan model yang digemari oleh para konsumen. Dengan berwirausaha kita dapat mengurangi jumlah pengangguran. Sebagai salah satu contoh usaha yaitu membuat aksesoris yang terbuat dari titanium ataupun stainless steel.

Sweetenerbyf adalah bisnis berbasis *online* melalui media sosial dan *e-commerce* yang berdiri sejak September 2020 kategori *fashion* aksesoris. Produk yang ditawarkan berupa kalung kustom nama terbuat dari kawat *sterling silver*, gelang, dan cincin manik-manik. Bisnis ini memiliki dua produk *best seller* yaitu kalung kustom nama dan kalung *natural gem stone*. *Sweetenerbyf* memiliki produk dengan kualitas yang baik dengan

beragam jenis dan variasi produknya dengan harga yang terjangkau. Tentunya dengan beragam pilihan menjadikan konsumen tertarik untuk membeli suatu produk tertentu. Dalam mengelola usahanya, bisnis ini hanya dijalankan oleh dua orang pekerja, yaitu owner memegang penuh atas keuangan, produk, *e-commerce* dan konsep produk baru sedangkan pekerja yang lain sebagai admin yang mengatur tentang *purchasing*, *receiving*, dan *admin chat*.

Dengan adanya peluang dan minat konsumen yang banyak namun *Sweetenerbyf* masih belum dikategorikan mencapai target pasar yang diinginkan. Hal ini disadari dari belum terpenuhinya rencana jangka pendek hingga rencana jangka panjang. Salah satunya ketidakcapaian target penjualan sebanyak 150 pesanan dalam satu bulan dan bisnis ini masih belum berkembang dalam segi sumber daya manusia, kepemilikan asset fisik seperti ruangan untuk bekerja dan performa bisnis yang masih naik turun sehingga bisnis ini belum bisa didaftarkan Ijin UMKM. Sehingga perlu dilakukan analisis lingkungan bisnis dan pengembangan apa yang perlu dilakukan terhadap bisnis ini. Selain itu *Sweetenerbyf* juga harus mengikuti perkembangan bisnis untuk mengatasi persaingan yang ada dan juga mengembangkan strategi bisnis yang tepat untuk keberlangsungan bisnis agar tetap bertahan memenuhi kebutuhan konsumen.

Galavan (2014) menyatakan bahwa, analisis SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*) yaitu analisis untuk mendapatkan

strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal. Dengan melihat kondisi lingkungan internal dan eksternal bisnis ini dapat menjadikan *Sweetenerbyf* mengambil keputusan-keputusan yang strategis. Maka dari itu *Sweetenerbyf* perlu menentukan strategi bisnis yang optimal untuk membantu mendorong perkembangan bisnis ini untuk mencapai rencana jangka pendek dan jangka panjang.

Begitu pentingnya menganalisis apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman bagi suatu kemajuan dan tujuan serta pengembangan yang dilakukan dalam sebuah bisnis. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis SWOT Bisnis Aksesoris Pada Produk *Sweetenerbyf*"

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah lingkungan bisnis yang dimiliki dan dihadapi oleh *Sweetenerbyf*?

2. Bagaimakah hasil dan pilihan *Sweetenerbyf* untuk pengembangan bisnis yang tepat berdasarkan analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah diatas, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui lingkungan bisnis yang dimiliki dan dihadapi oleh *Sweetenerbyf*.
2. Untuk mengetahui hasil dan pilihan *Sweetenerbyf* untuk pengembangan bisnis yang tepat berdasarkan analisis SWOT.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi yang akan melakukan serta menyempurnakan penelitian serupa.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian diharapkan mampu sebagai bahan pengembangan wawasan dan pemahaman ilmu pengetahuan dalam menganalisis dengan metode SWOT pada bisnis aksesori antara kondisi nyata di lapangan dengan ilmu pengetahuan yang didapat pada bangku perkuliahan.

3. Bagi *Sweetenerbyf*

Sebagai input dan bahan pertimbangan bagi Bisnis *Sweetenerbyf* dalam mencapai target pasar untuk meningkatkan perkembangan usaha.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan di *Sweetenerbyf* beralamat di Jalan Majapahit Gang Medori No. 6 Kuta, Kabupaten Badung, Bali.

2. Objek Penelitian

Penelitian ini menjadikan *Sweetenerbyf* sebagai obyek dari penelitiannya yaitu sebuah bisnis yang beroperasi di bidang *fashion* aksesori berbasis *online*. Alasan peneliti memilih *Sweetenerbyf* sebagai obyek penelitian dikarenakan penulis merupakan pemilik usaha ini dan sedang mengembangkan pengembangan yang tepat agar dapat bersaing dengan bisnis lain di bidang yang sama.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data

Pada penelitian kali ini, jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dimana proses pengumpulan data dan informasinya dilakukan dengan mendatangi responden secara langsung melalui pengamatan dan wawancara. Penelitian kualitatif dipilih dikarenakan jumlah responden yang dipilih tidak terlalu banyak.

Responden dipilih dari orang yang sudah pernah membeli produk, responden yang belum pernah membeli produk *Sweetenerbyf* dan pemilik bisnis sejenis.

b. Sumber Data

1) Data Primer

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa, data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui hasil observasi, dokumentasi dan wawancara.

2) Data sekunder

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa, data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diterima oleh pengumpul data, bisa melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer. Data diperoleh dalam penelitian ini melalui studi dokumen dan sumber pustaka lainnya yang berkaitan dengan proses menganalisa SWOT.

c. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa, observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu obyek. Observasi dibedakan menjadi dua yaitu observasi partisipan dan non-partisipan. Observasi partisipan yaitu metode peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang tampak. Observasi non-partisipan yaitu metode peneliti tidak terlibat dalam kegiatan orang yang sedang diamati.

2) Wawancara

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa, wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam proses wawancara ini, peneliti menargetkan penjual kalung sejenis, konsumen

yang tertarik dengan fashion aksesoris dan yang belum pernah membeli produk *Sweetenerbyf*.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan model Miles *and* Huberman:

a. Pengumpulan Data

Langkah ini mengonversi hasil wawancara suara menjadi sebuah teks (transkrip), *men-scanning* materi, memilah-milah dan menyusun data tersebut kedalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

b. Reduksi Data

Suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tak perlu dan mengorganisasikan data-data yang telah di reduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan menjadi tema.

c. Penyajian Data

Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk matrik, *network*, *chart* atau grafis. Pada penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel, bagan dan hubungan antar kategori.

d. Penarikan Simpulan

Simpulan merupakan penarikan simpulan dan verifikasi. Simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan berikutnya. Simpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Lingkungan Bisnis yang Dimiliki dan Dihadapi Oleh Sweetenerbyf

Lingkungan bisnis yang dimiliki dan dihadapi oleh Sweetenerbyf yaitu belum berjalan secara optimal dikarenakan adanya kelemahan pada kegiatan promosi yang kurang maksimal dan berbagai kemungkinan ancaman yang akan terjadi sehingga target penjualan belum tercapai.

2. Hasil Dan Pilihan Sweetenerbyf Untuk Pengembangan Bisnis Yang Tepat Berdasarkan Analisis SWOT

Hasil dan pilihan yang digunakan untuk pengembangan bisnis ini dapat ditingkatkan dengan dua strategi yaitu meningkatkan promosi dengan strategi penetrasi pasar dan yang kedua melakukan

pertambahan variasi produk dengan strategi pengembangan produk. Kedua strategi ini diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang muncul sehingga pengembangan bisnis *Sweetenerbyf* dapat berjalan dengan baik dan mampu memenuhi rencana jangka pendek maupun jangka panjang.

B. SARAN

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap saran ini dapat membantu permasalahan dalam pengembangan bisnis yang dihadapi oleh bisnis aksesori *Sweetenerbyf*. Berikut saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Pihak pelaku bisnis *Sweetenerbyf* diharapkan memaksimalkan sosial media yang ada seperti Instagram, Tiktok, hingga Twitter sebagai wadah dalam melakukan promosi seperti membuat konten yang menarik.
2. Pihak pelaku bisnis *Sweetenerbyf* diharapkan mengoptimalkan kegiatan pemasaran dengan menambah pekerja dalam bidang pemasaran sehingga pekerja dapat fokus dalam *job description*-nya masing-masing.
3. Pihak pelaku bisnis *Sweetenerbyf* diharapkan mampu melakukan kegiatan *endorsement* kepada *influencer* yang sesuai secara konsisten minimal 1 kali dalam sebulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur. 2012. *Business Model Generation. Cetakan ke-12*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Anggota IKAPI.
- Amalia, A. 2016. "Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran pemasaran dan SWOT pada Perusahaan Popsy Tubby". *FERMORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Asana.Inc. *Analisis SWOT: Arti dan cara menggunakannya*.
<https://asana.com/id/resources/swot-analysis> (Diakses tanggal 30 Mei 2023)
- David, Fred R. and David, Forest R. 2016. "Strategi Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases". Global 16th Edition. Pearson Education Limited
- Direktorat Jenderal Kekayaan Negara.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-balikpapan/baca-artikel/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-Ancaman-lsu-Resesi.html>. (Diakses tanggal 30 Mei 2023)
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Galavan, R. 2014. *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBooks.
- Gürel, E., & Tat, M. 2017. "Swot Analysis: A Theoretical Review". *Journal of International Social Research*. 299.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2014, *Principles of Marketing 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2015. *Principles of Marketing 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. 2017. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas Jilid Satu*. Penerbit: Erlangga, Jakarta.

- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAI Fath Zumar.
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P, 2017. *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta
- Miles, Matthew B. & Huberman, A. Michael. 1984. *Qualitative data analysis*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Nivida ACS Monel. <https://nividamonel.blogspot.com/2017/04/proposal-usaha-aksesoris-monel-nivida.html>. (Diakses tanggal 5 Juni 2023)
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. 2016. "Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya". *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Strategi pada Matriks SWOT*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sofyan, I, 2015. *Teknik Penyusunan Manajemen Strategi Pemerintah dan Usaha*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardana, W. 2017. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.