

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Analisis Boston Consulting Group (BCG)* menunjukkan bahwa tahun 2020 dan 2021 posisi pasar berada pada kuadran *Cash Cow* dimana kuadran ini memiliki pangsa pasar relative tinggi dan tingkat pertumbuhan pasar yang lambat. Tahun 2022 posisi produk berada pada rumah makan Boom Steak berada pada kuadran *Star* dimana usaha ayam geprek Boom Steak memiliki tingkat pertumbuhan pasar dan pangsa pasar yang tinggi.
2. Nilai ekonomi dari usaha ayam geprek di rumah makan Boom Steak pada tahun 2021 dengan jumlah persediaan bahan baku yang optimal yang setiap kali melakukan proses pembuatan ayam geprek setiap harinya sebanyak 23,5 kg dan selama satu tahun 8.460 kg. pada tahun 2020 setiap hari persediaan akan bahan baku 10 kg dan selama satu tahun 3.600 kg. pada tahun 2019 setiap hari ketersediaan akan bahan baku 17,5 kg dan selama satu tahun 6.300 kg. total biaya produksi akan usaha ayam geprek pada tahun 2021 Rp. 549.830.000, tahun 2020 Rp. 362.030.000 dan pada tahun 2019 Rp. 462.470.000. Total penerimaan pada tahun 2021 Rp. 126.900.000, tahun 2020 Rp. 54.000.000 dan pada tahun 2019 Rp. 94.500.000. total pendapatan pada tahun 2021 Rp. 422.930.000, pada tahun 2020 Rp. 308.030.000 dan pada tahun 2019 Rp. 367.970.000.
3. Strategi pengembangan terhadap usaha ayam geprek di rumah makan Boom Steak peneliti merumuskan empat strategi alternatif yakni 1) Memanfaatkan cita rasa yang ada untuk mempertahankan perubahan selera konsumen Meningkatkan produksi ayam geprek dengan memanfaatkan pengalaman usaha yang ada. 2) Memanfaatkan tingkat pelayanan yang baik sehingga dapat meningkatkan daya beli konsumen. 3) Meningkatkan kualitas produk dan menambah cita rasa dengan memanfaatkan pengalaman yang ada untuk menghindari persaingan harga dan mampu bersaing dengan pengusaha lain. 4) Memanfaatkan cita rasa yang ada untuk meningkatkan peluang pasar dan menambah minat pelanggan.

5.2. Saran

1. Bagi pengusaha ayam geprek di rumah makan Boom Steak untuk terus mengembangkan produksi ayam geprek dan menerapkan strategi yang ada guna mempertahankan posisi pasar dan mampu mengatasi setiap permasalahan yang dialami.
2. Bagi peneliti dapat dijadikan sebagai bahan refrensi bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abuk Maria Getrudis dan Rumbino Yusuf. (2020). analisis kelayakan ekonomi menggunakan metode Net Present Value (NPV), metode Internal rate of return (IRR) Payback period (PBP) pada unit stone crusher di CV. X Kab. Kupang Prov. NTT. *Jurnal Ilmiah Teknologi, Vol.14 No.*
ISSN:1693-9522
- Adityaja Rizki. (2018). Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Parawisata Dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya). *Jurnal Parawisata Pesona, Vol.3 No.1.*
ISSN:1410-7252
- Akbar Enriko. (2014). Analisis Strstegi pemasaran Sarinira Hotcolate dengan metode BCG (Boston Consulting Group), SWOT Dan Benchmarking (Studi kasus: CV.sari Nira Nusantara). *Jurnal Teknik Industri.*
- Amanah Siti. (2017). analisis pengaruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik terhadap penjualan produk di CV Surya Pustaka. *Jurnal Akuntansi Ekonomi, Vl.1 No.2, 1–14.*
- Anggraeni Putri Dita, Kumadji Srikandi, S. (2016). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei pada pelanggan Nasi Rawon di rumah Makan Sakina kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis, vol.37 No.*
- Aswin Dan Devara Reva. (2017). *Strategi Pemasaran Wingman Denim Di Bandar Lampung Dengan Matriks Boston Consulting Group (BCG). Vol.IX No.*
ISSN:2086-9592
- Atmaja Eka Hanung dan Novitaningtyas Ivo. (2021). Analisis Aspek Pemasaran UMKM Di Masa Resesi Global Dampak dari Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis, Vol.13 No.*
ISSN:1858-3717
- Barusman S. Yusuf.M dan Gunardi Soni. (2014). Analisis portopolio Produk Pada PT. asuransi Umum Bumiputeramuda 1967 Cabang Lampung Menggunakan Matriks Boston Consulting Group (BCG). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol.4 No.2, 141–161.*
ISSN:2087-0701
- Bastian Johan. (2015). Analisis pendapatan dan keuntungan usaha pada industri bubuk kopi tradisional Aceh di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, 2–50.*
- Budi, P. (2019). Pengaruh modal, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang dipasar Landungsari. *Jurnal Lmu Manajemen Dan Akuntansi, Vol.7 No.2, 147–154.*

- Chrismastianto. (2017). Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol.20 No.*
ISSN:1979-6471
- Dewi R.A.K, Putra.M.S, K. J. (2023). Jurnal ilmiah pengabdian kepada masyarakat. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol 1 Nomor 2*, 61–72.
- Effendy amin Aidil. (2019). Analisis bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan azka toys pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible, Vol.1 No.1*, 79–95.
- Faisal Amrullah Fachri. (2020). analisis biaya produksi dalam menentukan harga jual produk liquid Hero 57 (Studi Kasus pada CV.Cloud Heaven Makasar. *Ajurnal Akuntansi*, 1–89.
- Fauzi Yayan. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.01 No.*
ISSN:2477-6157
- Firda Shafira Puteri, Sri Nuringwahyu, dadang K. (2019). *matriks Boston Consulting Group (BCG) sebaga dasar perencanaan strateg perusahaan. Vol.8 No.3*, 130–135.
ISSN:2302-1713
- Frida Septi Dwi Adzyunda, Supardi Suprpti, S. (2018). Strategi pemasaran olahan jamur tiram putih jempol tri jamur dengan metode Boston Consulting Group Kabupaten Madiun. *Jurnal Agrista, Vol.6 No.1*, 8–16.
- Friskila Diah. (2017). Analisis Biaya usaha menggunakan metode Benefit Cost Ratio, Pay Back Period, Break Even Point Untuk mengetahui tingkat keuntungan dan kelayakan usaha pada usaha peternakan Ayam Potong (Broiler) Di DS. Bedali Kec. Ngancar Kab. Kediri. *Jurnal Ekonomi, Vol.01 No.*, 1–9.
- Hossain, H., & Kader, M. A. (2020). An Analysis on BCG Growth Sharing Matrix. *International Journal of Contemporary Research and Review, 11(10)*, 1–6.
<https://doi.org/10.15520/ijcrr.v11i10.848>
- Irvan Muhammad. (2011). Fase Pengembangan konsep produk dalam kegiatan perencanaan dan pengembangan produk. *Jurnal Ilmiah Faktor Exacta, Vol.4 No.3*, 261–274.
- Khanifah. (2020). Strategi pemasaran sapu sabut kelapa dengan metode Matriks Boston consulting Group (BCG). (studi kasus pada home. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–59.

- Kiki Maristia, Anur Anisa Fitri, Erika Yulistiara, Kurnia Yuni Setianingrum, V. F. S. (2020). Analisis Matriks BCG (Boston Consulting Group) Dalam Strategi mempertahankan pangsa pasar pada Smartphone Merek Samsunf (Studi Kasus Pada PT. Samsung Elektronik Indonesia Tahun 2019). *Jurnal Ekonomi, Vol. XI No.*
- Kumalasari Apriyanti Dwi. (2021). Feasibility Analisis Ayam Geprek Mokoo Chcken sayur Segar Hasil Pertanian Di Kabupaten Kediri. *Jurnal Agriovet, Vol.3 No.2.* ISSN:2654-4792
- Kusnindar Arupi Arum Dan Kohar. (2010). Palugada Sebagai Konsep Bisnis UMKM Di masa Pandemi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen, Vol.12 No.,* 60–70.
- Latief Abdul. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap minat beli konsumen pada warung Wedang jahe (Studi kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.7 No.1.* ISSN:2252-844
- Lumintang M. Fatmawati. (2013). *Analisis Pendapatan Petani di Desa Teep Kecamatan Langowan Timur. Vol.1 No.3,* 991–998. ISSN:2303-1174
- Malonda Kesia Elsa, Massie D.D James, G. E. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Benu Di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19. Vol. 9 No.,* 1198–1207. ISSN:2303-1174
- Marbun et al. (2009). Ikim usaha di kabupaten Timor Tengah utara (TTU): Kajian kondisi perekonomian dan regulasi usaha. *Lembaga Penelitian SMERU.*
- Maria Melania D. Bona. (2020). *Strategi pengembangan usaha bakso d Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara Pada masa adaptas kebiasaan baru.*
- Maristia Kiki, Fitri Anisa Anur, Yulistiara Erika, Setianingrum YUni Kurnia, S. F. V. (2020). Analisis Matrika BCG (Boston Consulting group) Dalam Strategi mempertahankan pangsa pasar pada smartphone merek samsung (Studi Kasus pada PT. samsung elektronik Indonesia tahun 2019). *Jurnal Ekonomi, Vol.XI No.* ISSN:2685-2977
- Maulana Subchiandi Achmad, Joka Umbu, B. N. L. (2022). *No Title. Vol 5 Nomor 2,* 150–163. ISSN:2776-2734
- Nugroho. (2018). *Analisis Matriks Boston Consulting group (BCG) terhadap kinerja sekolah tinggi dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing di lingkungan kopertis wilayah VII Jawa Timur. Vol.15 No.,* 1–70.

Nugroho Eko Novianto. (2018). Analisis Matriks Boston consulting group (BCG) terhadap kinerja Sekolah Tinggi dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing di lingkungan kopertis wilayah VII Jawa Timur. *Jurnal Humaniora*, Vol.15 No., 65–70.

ISSN:1693-8925

Pasigai Aris. Moh. (2009). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pengembangan*, Vol.1 No.1.

ISSN:1858-2192

Permata Gilang Ekie, Risky Muhammad, Papilo, Silvia, Z. M. A. (2020). Analisa Strategi pemasaran Lillah Hijab dengan metode BCG (Boston Consulting Group) dan SWOT. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, Vol.17 No., 92–100.

Purnama Cipta adya, Fataahurrazak, M. T. (2021). Analisis Revenue Cost ratio, Net present Vaalue, Payback Period untuk menilai kelayakan usaha perikanan menggunakan alat tangkap bubu. Vol.2 No.1.

ISSN:2722-0745

Puteri Shafira Firda, Nuringwahyu Sri, K. D. (2019). Matriks Boston Consulting Group (BCG) Sebagai Dasar Perencanaan Strategi Perusahaan. Vol.8 No.3, 130–135.

ISSN:2302-7150

Putri Dwiandana arya dan Setiawina Djinar Nyoman. (2013). Pengaruh Umur, Pendidikan, pekerjaan Terhadap Pendapatan rumah tangga Miskin di Desa Bebandem. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol.2 No.4.

ISSN:2303-0178

Rahastine puri Mareta. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran ayam Geprek Mbu Cici melalui Media Sosial Instagram sebagai Sarana promosi. *Jurnal Humaniora*, Vol.18 No.

ISSN:2579-3314

Rahayu Tri Dewi dan Retnani Dwi Endang. (2016). Penerapan analisis SWOT Dalam Perumusan Strategi bersaing Pada Eddy Jaya Photo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol.5 No.2.

ISSN:2460-0585

Rahma Naili, Kaskoyo Hari, sputro Gito Sumaryo, H. wahyu. (2020). Analisis Biaya produksi Furnitur: studi kasus di mebel Barokah 3, Desa marga agung, Lampung Selatan. Vol.8 No.2, 207–217.

ISSN:2339-0913

Ratela Doni Gerry dan Taroreh Rita. (2016). Analisis Strategi Diferensiasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah kopi Coffee Island. *Jurnal EMBA, Vol.4 No.1*, 460–471.

Risky Fakhru Muhammad Dan Yasin Hanifa. (2014). Pengaruh Promosi dan harga terhadap minat beli perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencrim Medan. *JURNAL Manajemen Dan Bisnis, Vol.14 No.*, 135–143.

Riyono dan Budiharja Erlik Gigih. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap keputusan pembelian produk aqua Di Kota pati. *Jurnal Stie Semarang, Vol.8 No.2*, 92–121.

Sahla Hilmiatus. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir LPPM, Vol.5 No.2*.

ISSN:2549-3043

Sapari Delly. (2022). Analisis SWOT sebagai Alat penetapan Strategi Umum Organisasi (Studi Kasus Pada Universitas Pamulang). *Humanities, Management and Science Proceedings, vol.2 No.2*, 77–83.

Sari Puspita Titis Dan Susanti Dwi Ety. (2021). Analisis Strategi Bersaing dalam Persangan Usaha Di Bidang Kuliner ayam Geprek (Studi Kasus Pada Rumah makan MI3 Setan Dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo. *Jurnal Revolusi Indonesia, Vol.1 No.5*.

ISSN:2774-5325

Setyorini Hany, Effendi Ma'ud, S. I. (2016). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT dan QSPM (Studi kasus:Restoran WS Soekarno Hatta Malang(. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri, vol.5 No.1*, 46–53.

Shofa Muhammad, Marlyana Novi Dr, Bernadhi Deva Brav. (2019). Analisis dampak pengendalian persediaan bahan baku daging ayam pada UMKM menggunakan pendekatan Metode EOQ dengan mempertimbangkan masa kadaluarsa dan pemberian diskon (studi kasus pada Gerai Ayam Zee Chicken Cetar di Semarang). *Jurnal Klaster Engineering*.

Sholihin Ustadus. (2014). Analisis Strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha pada perusahaan kan dan sarung tenun ikat cap sinar Barokah kediri. *Jurnal Cendekia, Vol.12*.

ISSN:1693-6094

Siagian Onny Ade, C. Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis, Vol.3 No.1*.

ISSN:2655-8238

Suryatman Hernawati Tina, Kosim Engkos Muhamad, E. G. (2021). perencanaan strategi pemarkaran dengan Analisis SWOT Dalam upaya meningkatkan penjualan sepatu Adidas Di PT> Panarub Industry. *Industrial Manufacturing, vol.6 No.1*, 43–56.

Susanthi Rani Putu. (2017). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal dalam mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus STIE Galileo Batam). *Jurnal Elektronik, Vol.1 No.1*.

Tambirang Ivana Carolina, Mandey L. Silvyva, O. J. W. I. (2021). Pengaruh pemasaran online, Food Quality, dan Brand Trust terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek Benu pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Emba, Vol.9 No.4*, 274–283.

ISSN:2303-1174

Utomo, A. M. I. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AYAM GEPREK ABANG IRENG (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Geprek Abang Ireng dalam Menarik Pembeli)*.

Wangarry L. calvin, Tumbel Altje, K. M. merlyn. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di PT. Hasjrat Abadi Ranotana*). *Vol.6 No.4*, 2058–2067.

ISSN:2303-1174

Wicaksono Arie. (2018). Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik, Vol.1 No.2*.

ISSN:2622-528