ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK USAHA SAMBELIN LAMPUNG DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Soewito¹ Sinta Yuliana²

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bandar Lampung
Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kedaton, 35142, Bandar Lampung,
Indonesia

E-mail:

soewito@ubl.ac.id

sintayuliana@gmail.com

Maraknya persaingan membuat perusahaan ingin memberikan keunggulan produk mereka, untuk itu perusahaan melakukan berbagai usaha agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan. Cara menghadapi pesaing, perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat sehingga dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian serta mampu bertindak inovasi untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing. Metode penelitiannya adalah Deskriptif. Sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dengan cara kepustakaan dan penelitian lapangan menggunakan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan matriks IFE, EFE dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan kekuatan faktor internal yang mempengaruhi usaha Sambelin Lampung adalah keunggulan dalam hal rasa, keunggulan dalam hal penampilan, dan keunggulan dalam hal aroma. Kelemahan yang dimiliki oleh Sambelin Lampung kegiatan promosi yang belum meluas. Peluang adalah konsumen lebih menyukai makanan cepat saji. Sedangkan ancaman beredar produk sejenis dari pesaing.

Kata Kunci: SWOT, strategi

1. Pendahuluan

Maraknya persaingan membuat perusahaan ingin memberikan keunggulan produk mereka, untuk itu perusahaan melakukan berbagai usaha agar dapat bertahan lama dalam menghadapi persaingan. Perusahaan mempersiapkan strategi untuk menghadapi pesaing usaha, sehingga dapat meminimalisir dampak dari suatu kejadian dan mampu berinovasi untuk mempertahankan serta meningkatkan kemampuan bersaing. Membuat strategi bisnis bukanlah sesuatu pekerjaan yang gampang untuk pelaku bisnis dalam menghadapi para pesaing. Pelaku bisnis mampu membandingkan produk, harga, saluran distribusi serta promosinya dengan pesaing terdekat.

Ketatnya persaingan antar usaha seperti usaha kuliner mengharuskan perusahaan harus lebih bisa menggunakan peluang yang ada. Dalam menghadapi persaingan, perusahaan wajib merencanakan strategi yang tepat untuk mempertahankan perusahaan mereka. Kegiatan yang dirancang dalam menjalankan aktivitas kegiatan bisnis merupakan bagian terpenting untuk menjalankan usaha bisnis. Munculnya tantangan tersebut diperlukan suatu perencanaan bagi perusahaan sehingga konsumen dapat tertarik dengan perusahaan kita. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat diperlukan strategi pengembangan usaha yang tepat.

Usaha dibidang kuliner tidak ada habisnya karena usaha kuliner selalu menjanjikan keuntungan yang besar. Dalam mengembangkan usaha kuliner pelaku bisnis wajib mempunyai ketekunan yang tinggi, pertimbangan utama dalam menekuni bisnis kuliner adalah cita rasa. Permintaan akan meningkat jika makanan sudah sesuai dengan selera konsumen. Usaha kuliner Sambelin adalah bisnis kuliner berbentuk sambal yang mempunyai rasa yang khas dan berbeda dari sambal-sambal lainnya yang ada di nusantara. Bisnis kuliner Sambelin tidak hanya memiliki cita rasa yang khas tetapi kelebihan lainnya adalah aroma dari sambal itu sendiri yang membuat seseorang merasa tertarik saat mencium aromanya.

Berdasarkan penelitian ini adalah dengan tujuan penelitian untuk menentukan program strategi pengembangan usaha pada usaha Sambelin Lampung di Kota Bandar Lampung.

2. Tinjauan Pusaka

Menurut (David, 2003:15) melalui manajemen strategi keputusan organisasi dilakukan dengan membuat, menerapkan dan mengevaluasi untuk mencapai tujuan. Menurut (Learned et al., 1965) pada tahun 1960-an Analisis SWOT pertama kali ditemukan. SWOT digantikan dengan perencanaan berbasis sumber daya karena dipandang ketinggalan jaman pada beberapa tahun terakhir (Wener-felt, 1984;Grant,1991). Perencanaan bisnis merupakan proses disengaja, berurutan dan rasional. Kenyataan tidak demikian, perencanaan bisnis adalah aktivitas social yang dijelaskan sebagai sesuatu yang informal, irr dan no rasional (Taylor, 1982). Penggunaan kerangka kerja Dell Computer Corporation digunakan untuk membuat keputusan strategi untuk menerapkan kustomisasi massal, pembuatan just in time dan penjualan internet langsung (Collett, 1999). Menurut (Hunger dan Wheelen, 2006, p. 138) Kepanjangan dari SWOT yaitu, *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) internal dari suatu instansi, serta *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) dalam lingkungan yang dihadapi suatu instansi. Analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* di suatu perusahaan. Untuk membuat beberapa strategi yang ada di perusahaan diperlukan Analisis SWOT seperti strategi promosi dan penempatan produk (Kotler & Armstrong, 2008:64). Menurut (Jogiyanto 2005:46) Analisis SWOT menghasilkan *strenght* dan *weaknesses* dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal serta tantangan yang dihadapi. Menurut

(Jackson et al, 2003) Analisis SWOT adalah instrument perencanaan strategi klasik, instrument ini membantu perencana tentang sesuatu yang bisa diraih dan sesuatu yang harus mereka pertimbangkan. Menurut (Thompson et al, 2007:97) Perusahaan bisa mengukur kemampuan, kekurangan sumber daya organisasi, peluang pasar, dan ancaman eksternal terhadap masa yang akan datang menggunakan Analisis SWOT.

Dengan menggunakan analisis SWOT dapat menghasilkan beberapa strategi yang dapat diterapkan, yaitu SO Strategi (*Strengths-Opportunities*) yaitu menggunakan *strengths* internal perusahaan untuk memanfaatkan *opportunities* di luar perusahaan. ST Strategi (*Strengths-Threats*) yaitu menggunakan *strengths* internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak *threats* dari luar perusahaan. WO Strategi (*Weaknesses-Opportunities*) yaitu mengatasi *weaknesses* internal perusahaan untuk memanfaatkan *opportunities* di luar perusahaan. WT Strategi (*Weaknesses-Threats*) yaitu mengurangi *weaknesses* internal perusahaan dan menghindari *threats* eksternal.

3. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan metode Analisis Deskriptif yaitu, untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal suatu perusahaan, objek penelitian Sambelin Lampung. Metode analisis datanya ialah metode kualitatif yaitu, untuk menguraikan secara deskriptif karakteristik responden dan perkembangan program yang dijalankan Sambelin Lampung.

Teknik pengumpulan data penelitian yaitu mengumpulkan data informasi melalui pengamatan secara langsung ketempat obyek penelitian dengan cara:

- Observasi adalah pengamatan yang dilakukan peneliti untuk mengetahui secara langsung lokasi tempat penelitian.
- Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan kepada seorang narasumber.
- Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara menganalisis dokumen yang dibuat.

Dokumen ialah data yang tersimpan dalam bentuk dokumentasi.

Penelitian dilakukan di tempat pembuatan Sambelin Lampung yaitu beralamat di Perumahan Glora Persada Blok I No 15, Raja Basa, Raja Basa Raya , Kota Bandar Lampung.

Teknik analisis data yaitu Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah mengidentifikasi beberapa faktor internal dan eksternal untuk membuat strategi perusahaan. Analisis ini untuk memaksimalkan *strengths* dan *opportunities* , serta meminimalkan *weaknesses* dan *threats*. Perencanaan strategi harus menganalisis berbagai faktor strategi perusahaan (*strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*) dalam kondisi saat ini.

Alat untuk faktor-faktor strategi perusahaan yaitu matriks SWOT yaitu, menggambarkan bagaimana *Opportunities* dan *Threats* eksternal yang dihadapi perusahaan untuk bisa disesuaikan dengan *Strengths* dan *Weaknesses* yang dimiliki. Matriks SWOT menghasilkan alternatif strategi. Sebelum membuat matriks faktor strategi internal dan eksternal, kita harus mengetahui *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *Ekternal Factors Analysis Summary* (EFAS) terlebih dahulu.

4. Hasil Dan Pembahasan

Dalam menggunakan analisis SWOT dibutuhkan wawancara. Wawancara ini bertujuan untuk meminta keterangan kepada narasumber mengenai Sambelin Lampung. Berikut daftar narasumber yang ingin di wawancara:

Tabel 1. Informasi Penelitian

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	SY	21	Perempuan	Mahasiswa
2.	IY	25	Perempuan	Karyawan
3.	WN	20	Laki-laki	Mahasiswa
4.	ES	30	Perempuan	Karyawan
5.	TH	21	Laki-laki	Mahasiswa

Sumber: Hasil wawancara peneliti di Sambelin Lampung

Keterangan tabel di atas:

1. Peneliti menetapkan sebanyak 5 orang sebagai informan. Dalam proses wawancara informan merupakan pelanggan yang sudah lebih dari dua kali membeli produk Sambelin Lampung.
2. Informan berusia 20 – 30 tahun yaitu pelanggan Sambelin Lampung.

Dari hasil wawancara responden yang telah diolah oleh peneliti maka disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 2. Identifikasi Sambelin Lampung

Faktor internal	Kekuatan	Kelemahan
Kualitas	Mempunyai ciri khas tersendiri	-
Pemasaran		
1. Product	Mempunyai ciri khas	-
2. Price	Adanya sistem Reaward	-
3. Place	Pelayanan cepat dan ramah	Tempat kurang Strategis
4. Promotion	Wilayah promosi cukup luas	Belum memanfaatkan promosi online dengan baik
Produksi/operasi	Layanan gratis ongkir	-
Penelitian dan Pengembangan	Mengembangkan inovasi produk dengan cara memperbanyak menu	-
Faktor eksternal	Peluang	Ancaman
Kekuatan Ekonomi	-	Kenaikan bahan baku mempengaruhi Produksi
Kekuatan Sosial, Budaya, Demografis, Lingkungan	Memanfaatkan budaya masyarakat yang senang makanan cepat saji	Pandemi Covid 19
Kekuatan Teknologi	Memanfaatkan media sosial sebagai media promosi	-

Sumber: Data Primer yang diolah oleh peneliti (2020)

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) untuk mengetahui beberapa faktor internal berkaitan dengan *Strengths* dan *Weaknesses* perusahaan yang termasuk penting. Berdasarkan hasil identifikasi berikut hasil Matriks IFE Sambelin Lampung:

Tabel 3. Matriks IFE Kekuatan Sambelin Lampung

<i>Key internal Factors</i>	Bobot	Rating	Skor	Program Kerja
Kualitas produk mempunyai ciri khas	0.20	4	0.80	Mempertahankan kualitas produk
Ada sistem reward	0.10	2	0.20	Menambahkan variasi reward bagi pelanggan setia
Pelayanan cepat dan ramah	0.20	3	0.60	Tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang baik
Wilayah promosi yang cukup luas	0.10	3	0.30	Terus mengembangkan wilayah promosi
Layanan gratis ongkir	0.10	3	0.30	Tetap pertahankan layanan gratis ongkir
Mengembangkan inovasi produk	0.10	3	0.30	Lebih mengembangkan inovasi produk
	0.80	Total	2.50	

Sumber: Data Primer yang diolah oleh peneliti (2020)

Keterangan hasil analisa Matriks IFE dari sisi *strengths* (kekuatan):

Semakin tinggi pengaruh suatu faktor terhadap perusahaan, semakin tinggi pula bobot yang di berikan. Bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada. Sedangkan rating di berikan dalam skala 1 – 4 (sangat lemah hingga sangat kuat) berdasarkan kondisi perusahaan.

1. Kekuatan utama Sambelin Lampung yaitu Kualitas produk mempunyai ciri khas 0.80 melalui bobot 0.20 (diatas rata-rata) dan rating 4. Kualitas produk sangat diutamakan didalam Usaha Sambelin Lampung karena kunci dari usaha kuliner yaitu Kualitas produk maka dari itu harus dipertahankan.
2. Kekuatan yang berikutnya yaitu Pelayanan/respon baik cepat tanggap dalam merespon calon konsumen. Skor 0.60 dengan bobot 0.20 (diatas rata-rata) dan rating 3. Pelayanan yang baik termasuk penting dalam suatu usaha karena pelayanan yang baik bisa membuat konsumen membeli kembali produk maka dari itu harus dipertahankan.
3. Kekuatan yang ke tiga adalah wilayah promosi yang cukup luas skor 0.30 melalui bobot 0.10 (rata-rata) rating 3. Wilayah promosi Sambelin Lampung cukup luas maka dari itu harus tetap di pertahankan.
4. Kekuatan yang ke empat adalah Layanan gratis ongkir skor 0.30 melalui bobot 0.10 (rata-rata) rating 3. Sambelin Lampung melayani gratis ongkir dengan minimal belanja 2 cup. Layanan gratis ongkir cukup membuat konsumen puas dan harus dipertahankan.
5. Kekuatan yang ke lima adalah mengembangkan inovasi produk skor 0.30 dengan bobot 0.10 (rata-rata) dengan rating 3. Sambelin Lampung perlu mengembangkan inovasi produk.
6. Kekuatan yang terakhir yaitu ada sistem reward skor 0.20 melalui bobot 0.10 (rata-rata) rating 2. Sistem reward sebagai pemicu kedua dibidang usaha kuliner setelah kualitas produk maka dari itu harus dipertahankan.

Tabel 4. Matriks IFE Kelemahan Sambelin Lampung

<i>Key internal factor</i>	Bobot	Rating	Skor	Program kerja
Lokasi yang kurang strategi	0.10	2	0.20	Mencari tempat yang lebih strategis
Belum memanfaatkan promosi online dengan baik	0.10	2	0.20	Memanfaatkan promosi secara online dengan baik
	0.20	Total	0.35	
Total	1.00		2.85	

Sumber : Data primer yang telah diolah oleh peneliti (2020)

Keterangan hasil analisa Matriks IFE dari sisi *weaknesses*:

1. Kelemahan Sambelin Lampung yaitu tempat yang kurang strategis skor 0.20 melalui bobot 0.10 (rata-rata) dan rating 2. Sambelin Lampung kurang memperhatikan tempat dikarenakan mereka fokus pada penjualan online.
2. Kelemahan berikutnya ialah belum memanfaatkan promosi online dengan baik. Skor diberikan 0.20 dengan bobot 0.10 (rata-rata) rating 2. Sambelin Lampung perlu lebih aktif mempromosikan secara online melalui sosial media karena peran sosial media penting di kalangan masyarakat.

Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) untuk mengevaluasi beberapa faktor eksternal perusahaan terdiri atas *opportunities* dan *threats* yang dihadapi suatu perusahaan. Faktor-faktor yang terdapat dalam Matriks EFE pada Sambelin Lampung ialah sebagai berikut:

Tabel 5. Matriks EFE Peluang Sambelin Lampung

<i>Key external factors</i>	Bobot	Rating	Skor	Program Kerja
Peluang				
Memanfaatkan budaya masyarakat yang menyukai makanan cepat saji	0.30	4	1.2	Mengembangkan variasi produk dari Sambelin Lampung
Media Sosial sebagai media promosi	0.30	4	1.2	Menggunakan media sosial dan internet sebagai sarana promosi
	0.60	Total	2.40	

Sumber: Data Primer yang telah diolah peneliti

Keterangan hasil Matriks EFE dari sisi *Opportunities*:

1. Peluang utama yaitu faktor Masyarakat lebih menyukai makanan cepat saji. Bobot 0.30 (tinggi dan kuat) dan rating 4 dengan skor 1.2. Hal ini menunjukkan bahwa Masyarakat lebih menyukai makanan cepat saji itu berarti sebuah peluang untuk Sambelin Lampung.
2. Peluang berikutnya ialah Media Sosial sebagai media promosi dengan bobot 0.30 (tinggi/kuat) rating 4 dengan skor sebesar 1.2. Hal ini menunjukkan adanya peluang untuk Sambelin Lampung lebih memanfaatkan media sosial untuk media promosi mereka untuk meningkatkan penjualan.

Tabel 6. Matriks EFE Ancaman Sambelin Lampung

<i>Key external factors</i>	Bobot	Rating	Skor	Program Kerja
Ancaman				
Kenaikan Harga bahan baku	0.20	3	0.60	Memproduksi produk sekali banyak agar dapat mengurangi bahan baku
Pandemi Covid 19 membuat ekonomi masyarakat tidak stabil	0.20	2	0.40	Mengadakan promo agar konsumen dapat membeli produk
	0.40	Total	1.00	
Total	1.0		3.40	

Sumber: Data primer yang telah diolah oleh peneliti (2020)

Keterangan hasil analisis Matriks EFE dari sisi *Threats* (ancaman) yaitu :

1. Ancaman dengan skor tertinggi 0.60 yaitu Kenaikan Harga bahan baku bobot 0.20 (diatas rata-rata) rating 3. Oleh karena itu Sambelin Lampung perlu meningkatkan survei tempat beli bahan baku.
2. Ancaman berikutnya ialah Pandemi Covid 19 membuat ekonomi masyarakat tidak stabil dengan skor 0.40 bobot 0.20 (rata-rata) rating 2. Pandemi Covid saat ini membuat ekonomi masyarakat tidak stabil maka daari itu Sambelin perlu mengadakan Promo harga karena dengan mengadakan promo dapat menarik daya beli masyarakat.

Matriks SWOT untuk membantu perusahaan dalam mengembangkan empat tipe strategi yaitu, strategi SO, WO, ST, dan WT. Berikut adalah strategi yang dapat dimanfaatkan oleh Sambelin Lampung:

Tabel 7. Matriks SWOT Sambelin Lampung

<div style="text-align: center;"> </div>	Strengths 1. Kualitas produk mempunyai ciri khas 2. Ada sistem reward 3. Pelayanan/respon baik cepat dan ramah 4. Wilayah promosi cukup luas 5. Layanan gratis ongkir 6. Mengembangkan inovasi produk	Weakness 1. Lokasi tempat kurang strategis 2. Belum memanfaatkan promosi online dengan baik
	Opportunities 1. Memanfaatkan masyarakat yang menyukai makanan cepat saji. 2. Media Sosial sebagai media promosi.	Strategi SO 1. Strategi pelayanan/respon 2. Strategi Promosi 3. Strategi pengembangan produk
	Threats 1. Kenaikan Harga bahan baku. 2. Pandemi Covid-19 membuat ekonomi masyarakat tidak stabil.	Strategi WO 1. Strategi inovasi produk 2. Strategi lokasi usaha 3. Strategi promosi
	Strategi ST 1. Strategi pengembangan produk dan meningkatkan kualitas produk	Strategi WT 1. Strategi mengoptimalkan proses pembuatan bahan baku yang telah tersedia

Sumber : Data primer yang telah diolah oleh peneliti (2020)

Kesimpulan Strategi *Strength-Opportunity* (SO), berdasarkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*) yang di miliki Sambelin Lampung, maka terdapat 3 Strategi yang dapat di terapkan yaitu :

1. Strategi pelayanan/respon
Sambelin Lampung sudah mempunyai pelanggan tetap. Untuk itu sebaiknya dilakukan strategi pelayanan/respon. Hal ini bertujuan agar konsumen nyaman karena pelayanan/respon sambelin lampung cepat tanggap membuat konsumen senang karena mereka merasa dihargai.
2. Strategi promosi
Sambelin Lampung termasuk usaha kuliner yang dijual secara online. Promosi sangatlah penting untuk kemajuan usaha Sambelin Lampung karena untuk meningkatkan penjualan pemilik usaha harus memperkenalkan usaha mereka dengan cara mempromosikan. Sambelin Lampung sangat memanfaatkan media sosial untuk strategi promosi mereka.
3. Strategi pengembangan produk
Ditengah persaingan yang semakin ketat, Sambelin Lampung perlu mempersiapkan program pengembangan produk. Untuk itu Sambelin Lampung perlu menerapkan strategi pengembangan produk agar dapat mencapai peluang.

Strategi *Weaknees-Opportunity* (WO), peluang yang di miliki Sambelin Lampung dapat mengurangi kelemahan dengan cara sebagai berikut:

1. Strategi inovasi produk
Sambelin Lampung memerlukan inovasi produk untuk menarik minat konsumen agar melakukan pembelian.
2. Strategi lokasi usaha
Untuk mengatasi kelemahan yang terletak pada lokasi usaha yang kurang strategis, Sambelin Lampung dapat melakukan strategi lokasi usaha dengan menemukan lokasi usaha yang baru dan strategis. Dengan begitu Sambelin Lampung memiliki potensi mendapatkan pelanggan baru.
3. Strategi promosi
strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Sambelin Lampung dapat memanfaatkan sosial media untuk media promosi.

Strategi *Strength-Threat* (ST) berdasarkan kekuatan (*Strength*) yang dimiliki Sambelin Lampung maka dapat menghindari ancaman (*Threats*) yang ada dengan strategi berikut ini :

1. Strategi pengembangan produk dan meningkatkan kualitas produk
Sambelin Lampung perlu mengembangkan produk untuk meningkatkan kualitas agar konsumen melakukan pembelian secara berulang.

Strategi *Weakness-Threat* (WT) Untuk mengurangi kelemahan (*weakness*) yang ada dan menghindari ancaman maka Sambelin Lampung sebaiknya menerapkan strategi berikut :

1. Strategi mengoptimalkan proses pembuatan dengan bahan baku yang telah tersedia
Sambelin Lampung akan mengoptimalkan proses produksi dengan cara memanfaatkan bahan baku sebaik baiknya

Gambar 1. Diagram *Cartecius*

Berdasarkan gambar Diagram *Cartecius* diatas, menunjukkan Sambelin Lampung berada pada posisi yang tepat yaitu kuadran I yang berarti perusahaan tergolong perusahaan berkembang dikarenakan baru berdiri pada bulan juli 2020 dibanding dengan perusahaan lain yang sejenis. Walaupun masih tergolong perusahaan berkembang, Sambelin Lampung perlu mengamati *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) dari internal maupun eksternal. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang ada untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan Sambelin Lampung.

5. kesimpulan dan saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan, strategi Sambelin Lampung adalah :

1. Dalam strategi pengembangan produk Sambelin Lampung diterapkan Matriks SWOT dengan menerapkan Strategi Promosi, Strategi Pelayanan dan Strategi Pengembangan Produk.
2. Strategi Promosi bisa dilakukan dengan memperluas wilayah promosi dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk menjangkau masyarakat lebih luas.
3. Strategi Pelayanan dapat dilakukan dengan cara cepat tanggap dalam merespon calon konsumen agar mereka nyaman dan ingin membeli produk itu kembali.
4. Strategi pengembangan produk dilakukan dengan cara mempersiapkan berbagai program usaha baru agar konsumen tidak bosan dan ingin melakukan pembelian secara berulang.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan mengenai Strategi Pengembangan Produk Sambelin Lampung, maka adapun saran yang ingin penulis sampaikan, yaitu:

- a. Mempersiapkan program usaha baru untuk meningkatkan kualitas produk karena hal yang paling penting dalam mempertahankan usaha kuliner adalah kualitas produk
- b. Lebih memanfaatkan sosial media untuk Strategi Promosi agar ruang lingkup usaha Sambelin Lampung lebih luas.
- c. Untuk peneliti selanjutnya semoga penelitian ini bisa membantu mengetahui apakah strategi yang disarankan berpengaruh terhadap berkembangnya perusahaan.