

BAB VI

PENUTUP

Bagian ini mencakup rangkuman dari temuan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran atau rekomendasi yang disampaikan untuk penelitian masa depan.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk perencanaan strategi pengembangan bisnis Marawa Beach Club, diperoleh kesimpulan bahwa berdasarkan hasil matriks IE, Marawa Beach Club berada pada sel IV dengan kondisi bisnis saat ini adalah *grow and build*, sehingga strategi yang paling tepat adalah strategi intensif dan strategi integrasi. Berdasarkan matriks SWOT, diperoleh 11 usulan alternatif strategi yang terbagi menjadi strategi intensif, integrasi, dan defensif. Namun, setelah dilakukan perhitungan QSPM, strategi utama dengan nilai total daya tarik tertinggi adalah strategi intensif. Di antara strategi intensif tersebut, terdapat 3 alternatif strategi prioritas yang paling berpotensi memberikan dampak yang signifikan dan efisien dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung Marawa. Alternatif strategi tersebut antara lain promosi yang lebih gencar dengan mengadakan, mengikuti, atau sebagai sponsor di berbagai event, mempromosikan melalui media cetak, radio, dan situs jejaring sosial, Mengikuti kegiatan pameran pariwisata, dan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta pelayanan.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan penelitian hingga tahap implementasi untuk mengetahui capaian keberhasilan dari alternatif strategi yang telah dirumuskan.

2. Dapat melakukan analisis usaha dengan metode lainnya serta perumusan strategi yang memperhatikan evaluasi pencapaian strategi sebelumnya.

