

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu adalah:

1. Berdasarkan matriks SWOT yang menjadi faktor internal (kekuatan) bagi usaha jasa transportasi adalah banyaknya peminat produk, produk yang dihasilkan bervariasi, kualitas SDM yang baik dan penggunaan rempah-rempah lokal.
2. Berdasarkan matriks SWOT yang menjadi faktor internal (kelemahan) bagi usaha Kedai 4D yaitu, kurangnya pelanggan yang datang, keterlambatan kerja karyawan, kebersihan dan cita rasa serta pelayanan yang kurang maksimal.
3. Berdasarkan matriks SWOT yang menjadi faktor eksternal (Peluang) bagi usaha Kedai 4D adalah Menambah cabang usaha dan Sikap yang baik terhadap pelanggan.
4. Berdasarkan matriks SWOT yang menjadi faktor eksternal (Ancaman) bagi usaha Kedai 4D yaitu, tingkat pertumbuhan usaha yang tinggi, harga dan tempat, keterlambatan karyawan dalam jam kerja, dan pelayanan dan kualitas produk dari pesaing.

5. Berdasarkan hasil penelitian dari analisis IFAS (*internal factor analysis strategy*) dan EFAS (*external factor analysis strategy*) analisis SWOT dapat diketahui bahwa dalam usaha Kedai 4D adalah strategi *Growth* (bertumbuh) sesuai dengan hasil analisis diagram cartesius yang hasilnya berada pada kuadran 1.

5.2 Implikasi Teoritis

Elwisam dan Lestari (2019) Strategi pemasaran merupakan faktor penting bagi keberhasilan bisnis di masa sekarang. Strategi pemasaran adalah rangkaian perencanaan untuk menjangkau tujuan pasar serta konsumen diubah mengkonsumsi produk yang dimiliki dan dihasilkan oleh perusahaan secara terus menerus sehingga produknya bisa dikenali dan digunakan oleh konsumen selamanya. Untuk itu perlu bagi perusahaan melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Oppurtunity, and Threath*) dalam menentukan strategi pemasaran, dimana analisis ini terdiri dari dua variabel analisis, yaitu analisis faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, dan analisis eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman.

Dj.Rusmawati(2017:918) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), Namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threat*).

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bagian-bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Objek Penelitian Kedai 4D:

- ✓ Diharapkan mampu membaca peluang usaha yang ada dan mampu melihat resiko-resiko dalam menjalankan bisnisnya.
- ✓ Diharapkan lebih memperhatikan lagi kinerja SDM dalam melayani konsumen, sehingga konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Sebaiknya memperluas dan menambah wawasan dalam penelitian selanjutnya sehingga dapat memperoleh hasil yang variatif dan memperluas cakupan penelitian tentang penerapan strategi bisnis.