

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai "Strategi Pemasaran Pada Warung Ayam Judes Palembang Berbasis Analisis SWOT" yang meliputi penerapan bauran pemasaran jasa, analisis IFAS, analisis EFAS, dan analisis SWOT, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil wawancara yang dilakukan terhadap *owner* Warung Ayam Judes Palembang, strategi pemasaran yang digunakan Warung Ayam Judes Palembang adalah bauran pemasaran produk. Bauran pemasaran produk yang diterapkan Warung Ayam Judes Palembang meliputi 5 dimensi yaitu, *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), *Place* (Tempat), dan *People* (Orang/Karyawan). Adapun hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran produk Warung Ayam Judes Palembang dinilai konsumen belum tepat dan optimal pelaksanaannya, hal ini dapat dilihat berdasarkan penyebaran kuesioner dan analisis SWOT dengan hasil adanya kelemahan dan ancaman perusahaan.
2. Hasil analisis SWOT dari penilaian matrik IFAS, EFAS, dan matrik SWOT dapat dilihat faktor internal (kekuatan dan kelemahan) Warung Ayam Judes Palembang dengan menggunakan matrik IFAS yaitu yang menjadi kekuatan utama perusahaan adalah produk yang ditawarkan memiliki keunggulan dengan skor 0,5013, karena karena menu makanan dan minuman yang dijual memiliki kualitas yang baik dari segi rasa dan porsi sesuai kebutuhan para konsumen dan memiliki ciri khas sendiri khususnya pada menu makanan yakni sambalnya. Namun adapun kelemahan utama yang dimiliki oleh Warung Ayam Judes Palembang adalah beberapa produk Warung Ayam Judes Palembang memiliki kesamaan jenis dengan produk yang

dijual di tempat lain dengan skor 0,4416. Sedangkan hasil dari matrik EFAS (faktor eksternal) terdapat peluang dan ancaman perusahaan, Peluang utama yang dimiliki oleh perusahaan adalah metode pembayaran di Warung Ayam Judes Palembang bisa dilakukan secara *cash* atau melalui QRIS dengan skor 0,4800 dan yang menjadi ancaman utama perusahaan adalah bahwa ancaman utama perusahaan adalah banyaknya persaingan promosi dengan tempat makan lainnya dengan skor 0,4308. Adapun pula berdasarkan matriks SWOT maka dapat disimpulkan beberapa pengembangan melalui pertimbangan faktor internal dan eksternal perusahaan yang dapat bermanfaat bagi kemajuan Warung Ayam Judes Palembang

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan Warung Ayam Judes Palembang dapat mempertahankan citra produk di mata masyarakat dan meningkatkan strategi pemasaran jasanya lebih optimal lagi sehingga konsumen menilai pelaksanaan strategi yang diterapkan tepat dan sangat baik. Hal tersebut dapat ditingkatkan melalui 5 dimensi strategi pemasaran jasa, yaitu yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*) dan orang (*people*) sehingga tujuan strategi perusahaan yaitu untuk memuaskan konsumen dan menarik hati konsumen yang lain agar membeli produk menu makanan dan minuman yang dijual Warung Ayam Judes Palembang.
2. Sebaiknya Warung Ayam Judes Palembang dapat meningkatkan kuatnya posisi internal perusahaan dalam mengatasi kelemahan yang ada dengan kekuatan yang dimiliki dan perusahaan seharusnya dapat merespon dengan baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman. Sehingga Warung Ayam Judes

Palembang dapat mengembangkan strategi pemasaran yang ada agar mencapai tujuan yang diharapkan.