

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS didapatkan hasil kondisi internal Kedai Kopi Gusti. Kondisi internal memperoleh skor untuk faktor kekuatan sebesar 2,50 dan faktor kelemahan sebesar 0,43 dengan nilai total skor tabel IFAS sebesar 2,92 yang menunjukkan bahwa kondisi internal Kedai Kopi Gustri berada pada posisi rata-rata.

Hasil perhitungan EFAS didapatkan hasil kondisi eksternal Kedai Kopi Gusti. Kondisi eksternal memperoleh skor untuk faktor peluang sebesar 1,61 dan faktor ancaman sebesar 0,78 dengan nilai total skor tabel EFAS sebesar 2,40 yang menunjukkan bahwa kondisi eksternal Kedai Kopi Gusti juga berada pada posisi rata-rata.

Pemetaan ke dalam kuadran SWOT memberikan hasil bahwa Kedai Kopi Gusti harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif sehingga strategi yang sesuai dengan Kedai Kopi Gusti adalah strategi S-O dimana strategi tersebut adalah :

1. Membuat media sosial (*Instagram ads, Facebook ads*) untuk mempromosikan Kedai Kopi Gusti.
2. Membuat Kedai Kopi Gusti dapat dijangkau oleh masyarakat dengan menggunakan penjualan online seperti *Grabfood, Gofood*, dan yang lainnya agar masyarakat yang ingin mencoba produk di kedai kopi Gusti dapat dengan mudah menjangkaunya.
3. Melakukan promo diskon dengan memberikan potongan 10% untuk lingkungan mahasiswa dan pekerja yang datang di akhir bulan
4. Menyediakan variasi menu yang lebih banyak sehingga konsumen dapat memilih menu dengan pilihan yang banyak.

5.2. Saran

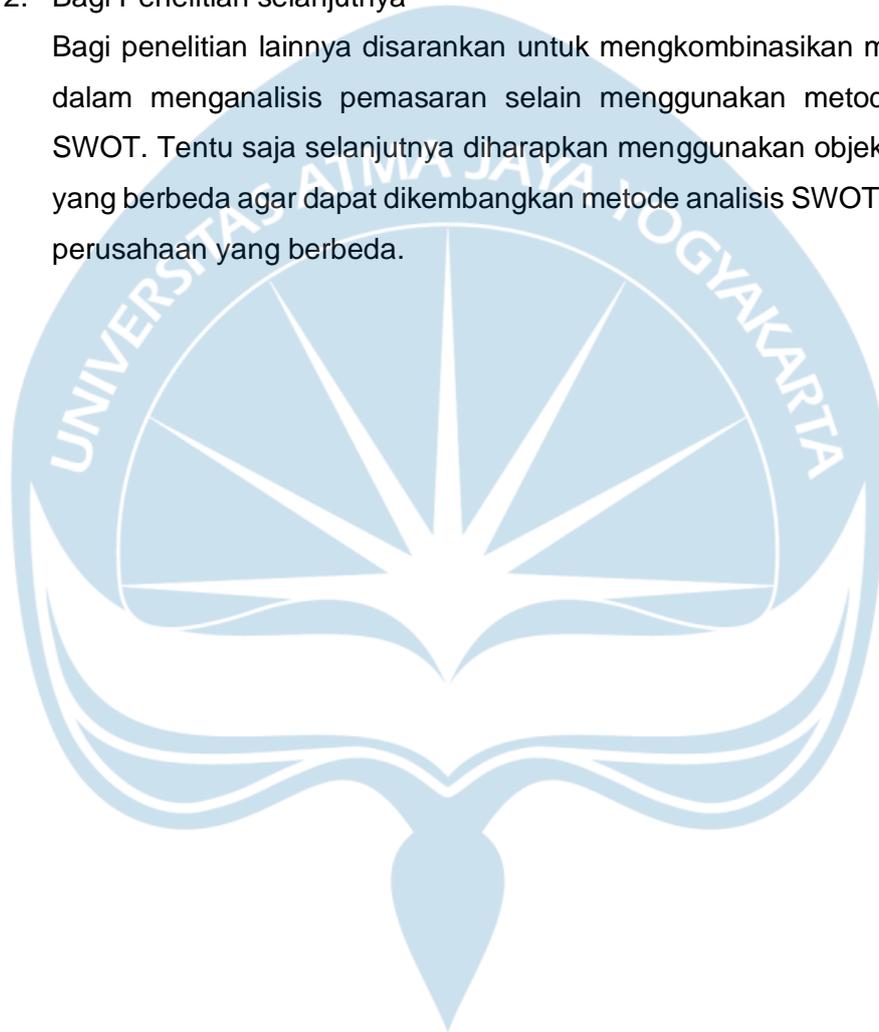
Dari hasil analisis yang dapat disimpulkan, peneliti memberikan saran atau masukan yang mungkin bias bermanfaat bagi pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Kedai Kopi Gusti

Kedai Kopi Gusti sebaiknya tetap mempertahankan keunggulan perusahaan dengan disertai mengoptimalkan posisi perusahaan saat ini yaitu berada pada kuadran I. artinya saat ini perusahaan berada pada posisi sangat menguntungkan karena sudah memiliki kekuatan dan peluang sehingga harus dimanfaatkan secara optimal.

2. Bagi Penelitian selanjutnya

Bagi penelitian lainnya disarankan untuk mengkombinasikan metode lain dalam menganalisis pemasaran selain menggunakan metode analisis SWOT. Tentu saja selanjutnya diharapkan menggunakan objek penelitian yang berbeda agar dapat dikembangkan metode analisis SWOT pada jenis perusahaan yang berbeda.



Daftar Pustaka

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. United States of America: Pearson.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Marketing Management 9e Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT Ikrar Mandiriabadi
- Kumar V & Andrew P. (2005). *Using a Customer Level Marketing Strategy to Enhance Firm Performance*. *Journal of the Academy Marketing Science*, (vol 33, No 4, pp 504-519).
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2001). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, JP. (2015). *Analisis SWOT Pada Industri Kerajinan Batik Griya Batik Mas Pekalongan*. (Skripsi). Universitas Negeri Semarang.
- Supranto. (2006). *Pengukuran Kualitas Layanan*, Gajah Mada University
- Zuhdi, F., & Agribisnis, D. (2016). *Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Dan Vietnam Di Pasar Asean 5 Competitiveness Analysis of Indonesian and Vietnam Coffee Export in Asean 5 Market, Habitat*, (vol. 26, no. 3, pp. 152–162).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

A. Identitas Narasumber

Nama :

Jenis Kelamin :

Jabatan/ pangkat :

B. Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pemilik Usaha

1. Bagaimana sejarah didirikannya Kedai Kopi Gusti?
2. Bagaimana Profil Kedai Kopi Gusti serta Misi dan Visinya?
3. Menurut Bapak/Ibu hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan usaha pada Kedai Kopi Gusti?
4. Menurut Bapak/Ibu hal-hal apa saja yang menjadi kelemahan usaha pada Kedai Kopi Gusti?
5. Menurut Bapak/Ibu hal-hal apa saja yang menjadi peluang usaha pada Kedai Kopi Gusti?
6. Menurut Bapak/Ibu hal-hal apa saja yang menjadi ancaman usaha pada Kedai Kopi Gusti?
7. Apa sajakah menu yang disediakan?
8. Apa kelebihan dari menu yang disediakan?
9. Berapa jumlah karyawan?
10. Bagaimana strategi penetapan harga yang diterapkan?
11. Strategi bisnis apa yang diterapkan dalam menghadapi persaingan selama ini?
12. Bentuk promosi seperti apa yang dilakukan dalam mengembangkan pasarnya?
13. Seperti apa pelayanan yang dilakukan oleh karyawan?
14. Menurut Anda bagaimana lokasi usaha?
15. Siapa sajakah pesaing utama dalam usaha ini?
16. Siapa sajakah pasar sasaran pada usaha ini?
17. Apakah kondisi ekonomi yang terjadi seperti sekarang ini menjadi ancaman?

C. Daftar pertanyaan Wawancara Informal Utama (karyawan)

1. Bagaimana dengan menu yang disediakan oleh Kedai Kopi Gusti?
2. Bagaimana harga yang diterapkan oleh pemilik usaha?
3. Bagaimana dan promosi apa yang telah dilakukan dilalukan?

4. Apakah Anda sebagai karyawan ikut melakukan promosi? jika ada, apa yang Anda lakukan?
5. Bagaimana promosi yang diberlakukan pemilik usaha, apakah berjalan dengan baik?
6. Bagaimana hubungan antara karyawan dengan pemilik usaha?
7. Berapa hari kerja dalam 1 minggu?
8. Beapa jam Anda bekerja dalam 1 hari?
9. Ada berapa karyawan yang bekerja?
10. Berapa gaji yang diberikan kepada Anda? Apakah sudah sesuai

D. Daftar pertanyaan Wawancara Informan Utama (pelanggan)

1. Bagaimana pendapat Anda mengenai menu yang disediakan oleh Kedai Kopi Gusti?
2. Menurut anda, bagaimana harga yang diberikan terhadap produknya?
3. Apakah Anda mengetahui bentuk promosi apa saja?
4. Menurut Anda bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan?
5. Apakah lokasi usaha ini sudah strategis?
6. Menurut Anda apa yang menjadi kelebihan dibandingkan tempat lain?
7. Menurut Anda apa kelemahan yang dimiliki oleh Kedai Kopi Gusti?

Lampiran 2. Kuisisioner Pembobotan dan Pemingkatan (rating) Swot Sebagai Strategi Pengembangan Kedai Kopi Gusti

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Jabatan/ pangkat :

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasi berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini berdasarkan kekuatan (*strengths*), peluang (*Oportunity*), kelemahan (*weekness*), dan ancaman (*threats*).

Cara Pengisian:

1. Berikan masing-masing bobot mulai dari 0,0 (Tidak penting) sampai <1,0 (Sangat Penting)
2. Berikan Rating 1-4 bagi masing-masing faktor
 - a. 1= Kelemahan yang besar
 - b. 2= Kelemahan yang kecil
 - c. 3= Kekuatan yang kecil
 - d. 4= Kekuatan yang besar

Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

NO	IFAS	BOBOT	RATING	SKOR
<i>Strenght (kekuatan)</i>				
1	Harga yang terjangkau bagi konsumen			
2	Pilihan menu yang beragam			
3	Pengemasan produk yang baik			
4	Menu yang ditawarkan berkualitas dan unggulan			
5	Sarana dan fasilitas yang dimiliki Kedai Kopi Gusti yang unik dan minimalis			
6	Strategi pemasaran melalui sosial media			
7	Pelayanan yang ramah			
	Sub Total			
<i>Weakness (kelemahan)</i>				
1	Letak lokasi yang kurang strategis			
2	Bagian pemasaran kurang memaksimalkan dalam kegiatan promosi			
3	Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama			
4	Tidak adanya testimoni atau bukti penjualan			
	Sub Total			
	Total			
S -W				

Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

NO	EFAS	BOBOT	RATING	SKOR
Opportunity (peluang)				
1	Pangsa pasar yang luas			
2	Mengatur strategi kerja sama dengan berbagai pihak			
3	Kualitas produk yang diakui konsumen			
4	Ikut serta dalam segala event dan menjadi sponsor			
5	Dampak positif dari keragaman produk yang ditawarkan			
6	Tingkat daya beli masyarakat			
	Sub Total			
Threat (ancaman)				
1	Konsumen yang beralih ke Kedai Kopi lain			
2	Pesaing yang memberikan harga miring			
3	Kualitas pelayanan dari Kedai Kopi lain yang lebih baik			
4	Terjadinya peristiwa alam atau pandemi			
	Sub Total			
	Total			
O - T				