

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah dilakukan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan dalam upaya strategi pengembangan bisnis pada RM. Ayam Goreng & Bakar Mang Didin Asgar di Kota Tasikmalaya yaitu sebagai berikut :

1. Hasil analisis berdasarkan gambaran faktor internal yang menjadi kekuatan dari RM. Ayam Goreng & Bakar Mang Didin Asgar yaitu porsi yang disajikan, rasa makanan yang dijual, harga terjangkau, adanya fasilitas mushola dan toilet, mempunyai cukup banyak pelanggan, tempat makan yang luas, kebersihan makanan, kualitas bahan makanan, penyajian makanan khas sunda dan adanya seragam karyawan. Sedangkan gambaran faktor internal yang menjadi kelemahan RM. Ayam Goreng & Bakar Mang Didin Asgar yaitu luas lahan parkir yang tersedia, variasi menu yang ditawarkan, belum mempunyai sertifikat hygiene dan sanitasi, kurangnya pengetahuan karyawan tentang pelayanan dan promosi, dan sistem manajemen yang kurang.
2. Hasil analisis berdasarkan gambaran faktor eksternal yang menjadi peluang dari RM. Ayam Goreng & Bakar Mang Didin Asgar yaitu lokasi yang banyak dilintasi kendaraan, perkembangan bidang ekonomi, bertambahnya penduduk kota Tasikmalaya, kemajuan teknologi untuk sarana promosi, dan gaya hidup konsumen untuk makan diluar. Sedangkan untuk faktor eksternal yang menjadi ancaman yang dihadapi RM. Ayam Goreng & Bakar Mang Didin Asgar yaitu banyaknya pesaing sejenis, menu tambahan yang dibuat mudah ditiru, kondisi cuaca, menurunnya minat konsumen yang datang ke daerah pasar pancasila, trend makanan luar sedang menjamur, kenaikan bahan baku makanan tidak stabil, maraknya usaha kuliner di kawasan pancasila.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang menjadi masukan bagi RM. Ayam Goreng & Bakar Mang Didin Asgar perlu mengatasi kelemahan yang dihadapi agar target dapat tercapai yaitu sebagai berikut :

1. Menggunakan strategi SO (*Strength-Opportunity*) yaitu (1) Mempertahankan rasa, porsi dan harga dengan kualitas dan mutu yang baik, (2) Menambah fasilitas lain seperti fasilitas wi-fi, (3) Membuat pengembangan produk untuk kalangan mahasiswa atau pelajar dengan pilihan menu paket, (4) Membuka cabang baru untuk memperbesar pertumbuhan usaha.
2. Menggunakan strategi WO (*Weakness-Opportunity*) yaitu (1) Mengusahakan perluasan lahan parkir untuk kendaraan roda empat, (2) Membuat inovasi pada menu tapi tidak mengurangi ciri khas makanan sunda.
3. Menggunakan strategi ST (*Strength-Threat*) yaitu (1) Membuat pengembangan produk dengan inovasi harga yang terjangkau, (2) Membuat tampilan rumah makan lebih menarik untuk semua kalangan, (3) Mempertahankan cita rasa pada menu makanan agar menjadi pesaing utama di daerah pancasila.
4. Menggunakan strategi WT (*Weakness-Threat*) yaitu (1) Memperbaiki sistem manajemen rumah makan, (2) Membuat menu yang berbeda dengan harga terjangkau tapi tidak mengurangi mutu dan kualitas makanan, (3) Memberikan pelatihan kepada karyawan tentang pelayanan an promosi.