

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Pengembangan Rumah Makan Mang Yeye Subang dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal menunjukkan Rumah Makan bahwa memiliki beberapa faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan di Rumah Makan Mang Yeye. Faktor kekuatan utama nya adalah konsistensi rasa porsi dan kualitas makanan khas Ayam Goreng Kampung. Hal tersebut dapat dilihat memiliki nya standar resep dan bahan baku. Sedangkan kelemahan utama Rumah makan yakni tidak terdapat nya strategi penjualan dalam mencapai target usaha. Hal tersebut dikarenakan apabila tidak ada stretegi penjualan maka peningkatkan volume penjualan sulit untuk dilakukan.
2. Hasil analisis yang telah penulis lakukan terhadap faktor eksternal Rumah Makan Mang Yeye menunjukkan bahwa ada faktor faktor peluang dan ancaman. Adapun faktor peluang utama yakni stabil nya minat konsumen terhadap makanan olahan ayam. Hal tersebut karena ayam goreng adalah menu yg paling sering dipesan oleh konsumen. Sedangkan ancaman utama bagi Rumah makan M Yeye adalah pembangunan infrastruktur TOL Trans Jawa. Hal tersebut diperkuat oleh lesu bahkan menurun drastis penjualan ketika TOL Cipali dibuka dan diresmikan oleh pemerintah di tahun 2015.
3. Setelah dianalisis melalui matriks EFE, IFE, IE dan QSPM menghasilkan beberapa alternatif strategi untuk mengembangkan usaha Rumah Makan M Yeye untuk beberapa waktu kedepan. Alternatif utama yang dilakukan melauai proses QSPM yaitu Pengembangan Manajemen operasional untuk mewujudkan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat dikemukakan adalah untuk mendukung strategi pengembangan pada Rumah Makan yaitu dengan cara:

- 1 Pihak manajemen atau pemilik membuat jadwal kerja harian terhadap karyawan diharapkan dengan adanya jadwal kerja dapat meningkatkan kinerja para karyawan.
- 2 Membuat *jobdesk* secara tertulis untuk masing-masing karyawan untuk optimalisasi kegiatan operasional.
- 3 Membuat strategi penjualan untuk memaksimalkan pencapaian usaha, dengan cara menerapkan strategi bisnis.
- 4 Memaksimalkan tenaga kerja dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen dan menarik datangnya konsumen baru.
- 5 Peran manajemen yang turut aktif dalam setiap kegiatan operasional mengatur karyawan dan mengontrol diharapkan mempercepat kegiatan operasional Rumah Makan.
- 6 Hadirkan peran strategi promosi melalui beragam media, yakni media cetak seperti koran atau memanfaatkan potensi media sosial untuk menjaring banyak konsumen.
- 7 Mengikuti organisasi seperti Perhimpunan Hotel Restoran Indonesia (PHRI), untuk menambah dan memperluas tentang permasalahan dan trend terkini yang dihadapi oleh pelaku industri jasa boga.