

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengembangan usaha Ayam Geprek Sa'i Jalan Gotong Royong dalam hal ini yang dilakukan, untuk pengembangan melalui pemasaran. Selain itu usaha Ayam Geprek Sa'i Jalan Gotong Royong juga sangat menjaga pengembangan bisnisnya dengan memiliki keunggulan produk, harga terjangkau, distribusi kelas menengah ke atas dan mempromosikan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Website. Kemudian pengembangan usaha Ayam Geprek Sa'i Jalan Gotong Royong ini juga SDM yang aktif, kepemimpinan yang kuat serta menerapkan pembinaan yang menciptakan nilai positif.
2. Hasil analisis SWOT pengembangan usaha Ayam Geprek Sa'i Jalan Gotong Royong dapat diketahui faktor internal dan faktor eksternal. Dimana faktor internal dari kekuatan (*strenght*) usaha Ayam Geprek

Sa'i Jalan Gotong Royong meliputi, kualitas unggul, lokasi yang strategis, SDM yang aktif, dan sudah ber label halal. Faktor internal dari kelemahan (*weakness*) meliputi, sistem keuangan yang masih manual dan bahan baku yang kadang tidak stabil. Dan faktor eksternal peluang (*opportunity*) meliputi, pelayanan terhadap konsumen, lokasi mudah dijangkau, hubungan dengan pemasok dan kemajuan teknologi. Kemudian faktor eksternal ancaman (*threats*) meliputi, peluang bisnis yang sejenis dan produk substitusi.

## **B. Saran**

Dari hasil peneliti yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan, yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada usaha Ayam Geprek Sa'i Jalan Gotong Royong tetap mempertahankan kualitas produk yang baik dan unggul sehingga dapat memuaskan konsumen.
2. Diharapkan kepada usaha Ayam Geprek Sa'i Jalan Gotong Royong untuk selalu meningkatkan promosi pemasaran di media sosial dan memberikan promo kepada konsumen agar penjualan selalu meningkat.