

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti yang dilakukan pada Kolam Pancing & Warung Lesehan CSDW Sidoarjo adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada strategi pemasaran dengan menggunakan indikator 4P yaitu, untuk produk (*product*) menawarkan produk menu dari berbagai macam ikan dan seafood yang bisa dimasak dengan berbagai macam varian menu masakan yang ditawarkan. Harga (*price*) yang ditawarkan relative murah sehingga terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Strategi harga yang diterapkan Kolam Pancing & Warung Lesehan CSDW Sidoarjo yaitu pengunjung bisa memilih ikan yang disediakan di kolam kemudian ditimbang untuk dimasak dan dibayar sesuai dengan budget konsumen. Promosi (*promotion*) dilakukan dengan menggunakan promosi dari mulut ke mulut, pemasangan banner di sekitar lokasi akses jalan menuju Kolam Pancing & Warung Lesehan CSDW Sidoarjo dan juga melakukan promosi di media sosial seperti akun instagram dan facebook. Tempat (*place*) lokasinya yang terletak di area pertambakan sehingga sangat cocok untuk didirikan usaha bisnis kuliner dengan dilengkapi fasilitas kolam pancing selain itu tempat yang unik di desain seperti bangunan

joglo yang menambah khas suasana sehingga sangat cocok dimanfaatkan untuk berwisata kuliner keluarga.

2. Hasil yang didapatkan dari perhitungan pada tabel matriks IFAS dan pada tabel matriks EFAS, dapat diketahui bahwa hasil dari nilai IFAS sebesar 2,85 dan hasil dari nilai EFAS sebesar 3,10. Rincian hasil skor masing-masing faktor yaitu faktor kekuatan (*strengths*) dengan total sebesar 1,85, faktor kelemahan (*weaknesses*) dengan total sebesar 1, faktor peluang (*opportunities*) dengan total sebesar 1,85 dan faktor ancaman (*threats*) dengan total sebesar 1,25
3. Berdasarkan hasil diagram analisis SWOT yang menunjukkan hasil tepat pada kuadran I sehingga dapat diketahui bahwa kuadran ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. Kolam Pancing & Warung Lesehan CSDW Sidoarjo memiliki peluang dan kekuatan lebih besar sehingga dapat mengerahkan faktor internal untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang digunakan dalam kondisi ini adalah strategi yang mendukung pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Strategi yang sesuai untuk diterapkan antara lain meningkatkan minat beli masyarakat, meningkatkan jumlah sumber daya manusia agar pelayanan di Kolam Pancing & Warung Lesehan CSDW Sidoarjo maksimal, menggunakan media promosi semaksimal mungkin, memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumen serta semakin memperluas mitra usaha.

5.2 Saran

Kolam Pancing & Warung Lesehan CSDW Sidoarjo diharapkan dapat meningkatkan kecepatan dalam pelayanan pada konsumennya agar tidak menimbulkan banyak keluhan ataupun komplain dari konsumennya sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan citra yang positif dari konsumen terhadap Kolam Pancing & Warung Lesehan CSDW Sidoarjo. Solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan menambah jumlah karyawan Kolam Pancing & Warung Lesehan CSDW untuk mempercepat pelayanan.

Selain pelayanan, Kolam Pancing & Warung Lesehan CSDW perlu memperbaiki akses menuju lokasi yang sempit yang hanya bisa dilalui satu arah untuk kendaraan roda empat dan juga perlu adanya penambahan banner pada area sekitar lokasi sebagai petunjuk arah ketika konsumen hendak berkunjung ke Kolam Pancing & Warung Lesehan CSDW Sidoarjo