

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian di Toko Deira Bakery menghasilkan kesimpulan berikut:

1. Secara internal Toko Deira Bakery memiliki kekuatan dalam hal layanan yang cepat dan tanggap, harga produk ekonomis rasanya yang berkualitas, serta varian roti yang beragam. Dan kelemahan Deira Bakery dalam hal produk yang tidak bisa bertahan lama, packingan kurang menarik, selain itu pemanfaatan sosial media kurang efektif.
2. Secara eksternal peluang yang dimanfaatkan oleh Toko Deira Bakery yaitu lokasi strategis dekat pemukiman, memiliki pelanggan tetap, dan hubungan yang baik dengan pemasok sedangkan ancaman yang harus dihadapi terutama pada peningkatan harga bahan baku, persaingan dari pesaing sejenis, dan produk yang tidak terjual.
3. Melalui analisis, dapat dilihat bahwa Toko Deira Bakery memiliki keunggulan internal yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman eksternal yang menghambat bisnis. Toko Deira Bakery berada di posisi 2 (dua) ketika keadaan bisnis menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi atau menanggapi ancaman dari luar. Oleh karena itu, dalam keadaan seperti ini, strategi yang harus digunakan adalah yang mendukung kebijakan strategi diversifikasi

4. Hasil dari matriks SWOT menunjukkan kecenderungan menuju strategi ST yang memiliki nilai tertinggi. Maka, strategi yang paling efektif untuk pengembangan usaha Deira Bakery adalah strategi ST yaitu:
 - a) Melakukan perencanaan anggaran untuk menyesuaikan dengan kenaikan harga
 - b) Memberikan yang terbaik kepada konsumen dari segi kualitas produk yang unik, pelayanan unggul
 - c) Memberikan penawaran produk dengan harga yang beragam
 - d) Memberikan promosi dan diskon produk yang tidak terjual
 - e) Pertimbangkan penyesuaian harga agar tetap menarik konsumen dan membuat branding yang kuat

5.2 Saran

1. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kelemahan bisnis Toko Deira Bakery dapat dikurangi, terutama kelemahan seperti yang sudah teridentifikasi pada ketersediaan tenaga kerja yang kurang, produk tidak bisa bertahan lama, ketersediaan roti tidak konsisten, packingan kurang menarik serta pemanfaatan sosial media kurang efektif.
2. Posisi pada Toko Deira Bakery berada di posisi 2 (dua) dimana situasi ini menunjukkan bahwa dengan memaksimalkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman dari luar maka usaha Deira Bakery mampu untuk tetap bersaing secara kompetitif dan berkembang secara dinamis.
3. Usaha toko Deira Bakery perlu meningkatkan promosi melalui media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran merek

seperti memposting produk secara teratur,serta melakukan promosi yang dapat membantu membangun hubungan dengan pelanggan dan menarik minat pelanggan baru.