

BAB III

PEMBAHASAN

A. Tinjauan Umum

1. Sejarah Perusahaan

Warung Get Break merupakan bidang usaha wirausaha yang berdiri sejak tahun 2018 yang didirikan oleh Ibu Admira Puspita Arum. Warung Get Break berlokasi di Jalan Karah Agung H-27.

Sebelum Ibu Admira membuka warung get break, Ibu admira berjualan mie pangsit selama 1 (satu) tahun. Dan setelah itu Ibu Admira membuka warung get break ini. Motivasi Ibu Admira dalam mendirikan warung ini awalnya karena berjualan pangsit tidak ada tempatnya maka beralihlah beliau menjadikannya warung dan alasan berikutnya yaitu di daerah Karah apalagi di pinggir jalan raya tidak ada yang membuka warung dan melihat banyak juga kurir ojek yang selalu terlihat di jalan raya tersebut akhirnya Ibu Admira terpikir untuk mendirikan warung yang menjual beberapa minuman dan juga menambah menu makanan.

Pada awalnya warung ini hanya di Kelola sendiri oleh Ibu Admira dengan dibantu sang Suami yaitu Bapak Fikry, namun dengan berjalannya waktu usaha ini berkembang pesat akhirnya Ibu Admira menambah pegawai untuk menunggu usaha nya tersebut.

Jadwal operasi warung get break milik Ibu Admira ini setiap hari Senin sampai hari Jumat buka pukul 09.00 WIB sampai pukul 19.00 WIB, untuk hari

Sabtu buka pukul 10.00 WIB sampai pukul 16.00 WIB. Sedangkan untuk hari Minggu Warung Get Break libur.

Macam – macam makanan dan minuman yang dijual oleh warung get break milik Ibu Admira yaitu:

1. Mie Pangsit
2. Bakso
3. Mie goreng/kuah
4. Nasi lodeh
5. Soto Ayam
6. Minuman dingin/panas
7. Jus buah
8. Cemilan
9. Kerupuk
10. Gorengan
11. Dan makanan ringan lainnya.

2. Struktur Organisasi

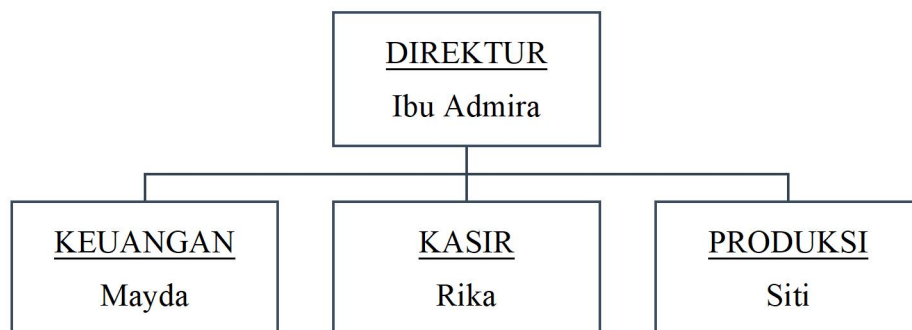
Organisasi merupakan sebuah tempat atau wadah untuk sekelompok orang yang bekerja sama secara sistematis serta rasional yang terkendali untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dengan memanfaatkan segala sumber daya yang terdapat didalamnya.

Struktur organisasi merupakan sebuah susunan pembagian unit-unit kerja dengan tugas atau kegiatan kerja yang berbeda kemudian disatukan. Selain itu,

struktur organisasi juga menggambarkan pemisahan kegiatan pekerjaan antara satu dengan yang lainnya.

Pada umumnya struktur organisasi digambarkan pada bentuk bagan yang dinamakan bagan organisasi. Bagan organisasi yaitu gambar rancangan suatu struktur organisasi secara formal.

Namun berdasarkan informasi yang penulis dapatkan bahwa warung get break Ibu Admira ini belum memiliki struktur organisasi secara tertulis, akan tetapi secara umum gambaran mengenai struktur organisasi warung get break Ibu Admira dapat digambarkan setelah melakukan wawancara dengan pemilik warung yaitu Ibu Admira yang menunjukkan bahwa struktur organisasi warung get break Ibu Admira adalah sebagai berikut:



Sumber: Wawancara Pemilik Warung Get Break, 2021

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Warung Get Break

Job Description:

1. Direktur

Ibu Admira selaku Direktur Warung Get Break, Tugas Ibu Admira yaitu mengelola, mengawasi dan bertanggung jawab atas pengambilan keputusan yang berhubungan dengan aktivitas warung.

2. Keuangan

Mayda yang merupakan bendahara Warung Get Break, Tugasnya adalah manajemen keuangan warung, mencakup mencatat pembuktian, manajemen arus kas masuk dan kas keluar, pembagian upah, pengelolaan modal dan pengadaan bahan baku. Dalam hal ini sebagian tugas-tugas Mayda di bantu oleh Ibu Admira selaku direktur/pemilik warung.

3. Kasir

Rika sebagai bagian kasir. Tugas Rika yaitu melakukan proses penjualan dan pembayaran, mencatat semua transaksi dan melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan pembungkusan.

4. Produksi

Tugas dari seorang produksi yaitu mengolah bahan baku menjadi bahan makanan agar dapat dinikmati oleh konsumen.

3. Bidang Usaha

Warung Get Break milik Ibu Admira ini bergerak dalam jenis usaha jasa, produk jasa yang dijual di toko ini merupakan makanan sehari – hari seperti makan soto, mie goreng, bakso, dan minuman dingin lainnya.

Warung get break ini menjual dagangannya kepada masyarakat sekitar dan para kurir ojek, bahkan sebagian besar pelanggannya merupakan kurir ojek yang sedang menunggu orderan masuk.

Dan ini beberapa macam makanan yang dijual di warung get break diantaranya:

1. Soto Ayam Pacitan



Sumber: Dokumentasi Soto Ayam, 2020

Gambar 3.2 Soto Ayam Pacitan

2. Mie Pangsit



Sumber: Dokumentasi Mie Pangsit, 2020

Gambar 3.3 Mie Pangsit

3. Bakso



Sumber: Dokumentasi Bakso, 2020

Gambar 3.4 Bakso

4. Gorengan



Sumber: Dokumentasi Gorengan, 2020

Gambar 3.5 Gorengan

5. Minuman dingin/panas



Sumber: Dokumentasi Minuman dingin/panas, 2020

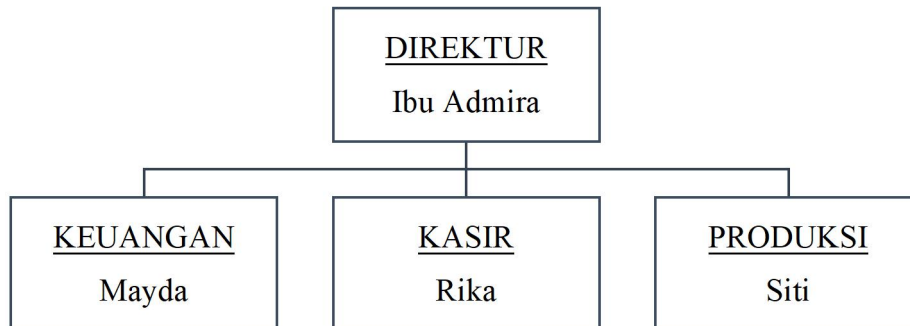
Gambar 3.6 Minuman Dingin/Panas



Sumber: Dokumentasi Minuman dingin/panas, 2020

Gambar 3.7 Minuman Dingin/Panas

Berikut struktur organisasi warung get break



Sumber: Wawancara Pemilik Warung Get Break, 2021

Gambar 3.8 Struktur Organisasi Warung Get Break

B. Pembahasan

1. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif menurut Sugiyono (2018:15) adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme yang biasa digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci dan melakukan melukiskan suatu keadaan secara objektif atau berdasarkan fakta-fakta yang tampak. Dalam hal ini penulis mendeskripsikan tentang analisis SWOT pada warung get break yang mencakup tentang strategi warung. Menjual produk tidaklah bisa dianggap remeh dikarenakan ada beberapa faktor internal dan eksternal dalam promosi, dan mengimplementasikan terhadap strategi perusahaan yang berdaya saing.

Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan metode kualitatif adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

a. Wawancara

Teknik wawancara Esterberg, dalam Sugiyono (2012:233) mengemukakan beberapa macam wawancara yaitu wawancara terstruktur (peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh sehingga peneliti menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya pun telah disiapkan).

Wawancara semiterstruktur (pelaksanaan wawancara lebih bebas, dan bertujuan untuk menemukan pemasalahan secara lebih terbuka dimana responden dimintai pendapat dan ide-idenya), dan wawancara tidak terstruktur (merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya).

Disini teknik wawancara dalam penelitian ini memakai Teknik wawancara tidak terstruktur. Beberapa pertanyaan akan berkembang pada saat melakukan wawancara, penulis melakukan wawancaranya dengan salah satu karyawan warung get break bagian keuangan yaitu Ibu Mayda Ave Maria.

b. Observasi

Menurut Sugiyono (2015:204) observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Apabila dilihat pada proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi partisipan dan non-partisipan. Jenis observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi non-partisipan. Dalam melakukan observasi, peneliti memilih hal – hal yang diamati dan mencatat hal-hal yang berkaitan dengan penelitian. Observasi yang dilakukan penelitian ini adalah menganalisis SWOT warung get break.

c. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015: 329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini penulis mengambil data seperti foto, nota pengeluaran uang, dan lain sebagainya.

2. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian penulis pada warung get break selama ini telah menggunakan strategi – strategi promosi pada umumnya dan mengikuti perkembangan jaman hingga detik ini. Tetapi dikarenakan selama hampir 2 (dua) Tahun ini Indonesia mengalami pandemi yang mengakibatkan seluruh masyarakat Indonesia mengalami krisis ekonomi, dan warung get break pun juga mengalami dampaknya. Maka dengan adanya pandemi warung get break mengalami penurunan peminat, seperti penurunan penjualan dikarenakan pada masa seperti ini kebijakan pemerintah yang tidak boleh ada keramaian di dalam satu ruangan mengurangi peminat calon pembeli karena tidak bisa makan ditempat, tidak bisa mengobrol dengan lama di warung get break, dan setiap kali pembeli memesan harus mereka bungkus ataupun ketika calon para pembeli ingin makan ditempat, para pembeli harus makan dengan cepat dan tidak boleh berlama – lama di tempat atau ruangan tersebut dikarenakan adanya peraturan pemerintah yang baru.

Berdasarkan permasalahan yang ada pada warung get break, maka disini penulis memakai analisis SWOT yaitu untuk memadukan 4 faktor atau komposisi secara tepat tentang bagaimana mempersiapkan kekuatan (*strengths*), mengatasi

kelemahan (*weakness*), menemukan peluang (*opportunities*) dan strategi menghadapi beragam ancaman (*threats*), yang jika dijalankan secara tepat dan dengan menggabungkan keempat elemen tersebut maka akan dapat meraih kesempurnaan yang baik dan dengan hasil yang optimal. Adapun strategi yang digunakan oleh warung get break dalam mempertahankan usahanya dapat diilustrasikan berdasarkan kondisi usaha warung get break baik dari aspek kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*) serta ancaman (*threats*) yang di hadapi oleh warung get break, yaitu sebagai berikut:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Kemampuan internal yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya. Disini warung get break memaksimalkan kekuatannya untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada, Adapun kekuatan – kekuatan tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang cukup baik
- b. Harga yang terjangkau
- c. Tempat yang bersih
- d. Sumber daya manusia yang ramah
- e. Kualitas produk yang dihasilkan

2. *Weakness* (Kelemahan)

Batasan internal yang mempengaruhi kemampuan perusahaan mencapai tujuannya. Kelemahan merupakan penghalang yang dihadapi oleh para pengusaha

dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya yang mempengaruhi pencapaian laba yang diinginkan oleh warung get break. Adapun kelemahan – kelemahan tersebut antara lain:

- a. Varian produk yang kurang
 - b. Manajemen bekerja kurang optimal
 - c. Lahan parkir minim
 - d. Bahan baku tidak tahan lama
 - e. Media *online* terbatas
3. *Opportunitie* (Peluang)

Faktor eksternal yang mungkin dapat dieksploitasi perusahaan untuk kepentingannya. Kondisi ini yaitu suatu keadaan yang mendukung atau memberikn kesempatan kepada warung get break untuk tumbuh dan berkembang. Adapun kesempatan peluang tersebut, yaitu sebagai berikut:

- a. Berada dipinggir jalan
- b. Pembayaran bisa menggunakan *virtual*
- c. Memperluas tempat usaha
- d. Tingginya tingkat daya beli masyarakat akan makanan dan tempat beristirahat
- e. Lokasi yang sangat strategis

4. *Threats* (Ancaman)

Faktor eksternal terbaru yang mungkin bertentangan dengan kinerja perusahaan. Selain kendala dan hambatan sebagaimana disebutkan di atas, seiring

dengan semakin berkembangnya perekonomian, teknologi, sosial dan budaya pada masyarakat. Warung get break juga mengidentifikasi beberapa perkembangan tersebut sebagai sebuah ancaman bagi keberlangsungan warung get break. Adapaun beberapa hal yang dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan usaha warung get break, diantaranya sebagai berikut:

- a. Banyaknya pesaing dengan produk yang sama
- b. Naiknya harga bahan baku yang tidak menentu
- c. Mekanannya mudah ditiru oleh pengusaha lain
- d. Kondisi parkir yang minim
- e. Kualitas produk pesaing lebih baik

Setelah dilakukan analisis internal dan eksternal, diketahui hasil dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sebagaimana tertera pada gambar berikut:

STRENGTH	WEAKNESSES
a. Pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang cukup baik	a. Varian produk yang kurang
b. Harga yang terjangkau	b. Manajemen bekerja kurang optimal
c. Tempat yang bersih	c. Lahan parkir minim
d. Sumber daya manusia yang ramah	d. Bahan baku tidak tahan lama
	e. Media <i>online</i> terbatas

e. Kualitas produk yang dihasilkan	
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES</p> <p>a. Berada dipinggir jalan</p> <p>b. Pembayaran bisa menggunakan <i>virtual</i></p> <p>c. Memperluas tempat usaha</p> <p>d. Tingginya tingkat daya beli masyarakat akan makanan dan tempat beristirahat</p> <p>e. Lokasi yang sangat strategis</p>	<p style="text-align: center;">THREATS</p> <p>a. Banyaknya pesaing dengan produk yang sama</p> <p>b. Naiknya harga bahan baku yang tidak menentu</p> <p>c. Makanannya mudah ditiru oleh pengusaha lain</p> <p>d. Kondisi parkir yang minim</p> <p>e. Kualitas produk pesaing lebih baik</p>

Sumber: Data Olahan, 2021

Gambar 3.9 Analisis SWOT pada Warung Get Break

Berdasarkan strategi yang digunakan warung get break diatas, untuk mengetahui implementasi analisis SWOT pada usaha warung get break peneliti akan membuat Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation – IFE Matrix*) dan Matrik Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation – EFA Matrix*) dalam bentuk tabel. Namun sebelum peneliti membuat format tabel untuk menyusun suatu formula SWOT yang *representatif* terlebih dahulu menempatkan tahapan – tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun dan menentukan faktor-faktor strategis eksternal dan internal suatu perusahaan. Menyusun dan menghitung nilai bobot, rating, dan skor untuk tabel eksternal dan internal dibuat dengan teknik skala sebagai berikut:

a. Bobot Nilai:

- 1.00 = Sangat Penting
- 0.75 = Penting
- 0.50 = Standar
- 0.25 = Tidak Penting
- 0.10 = Sangat Tidak Penting

b. Rating Nilai:

- 5 = Sangat Penting
- 4 = Penting
- 3 = Netral
- 2 = Tidak Baik
- 1 = Sangat Tidak Baik

c. Skor Nilai:

Untuk menentukan skor nilai akan dihitung dengan mempergunakan formula sebagai berikut:

$$(SN=BN.RN).$$

Keterangan:

SN = Skor Nilai

BN = Bobot Nilai

RN= Rating Nilai

Sumber: Data olahan, 2021

Tabel 3.1 Matrix Internal Factor Evaluation (IFE Matrix) Warung Get Break

NO.	FAKTOR INERNAL UTAMA	BOBOT	RATING	SKOR
KEKUATAN (<i>STRENGTHS</i>)				
1.	Lokasi strategis	0.85	5	4.25
2.	Harga terjangkau	0.80	5	4.00
3.	Tempat yang bersih	0.75	5	3.75
4.	SDM yang ramah	0.75	4	3.00
5.	Kualitas produk yang dihasilkan	0.70	4	2.80
SUBTOTAL		3.85		17.8
KELEMAHAN (<i>WEAKNESSES</i>)				
1.	Varian produk yang kurang	0.75	4	3.00
2.	Manajemen bekerja kurang optimal	0.50	3	1.50
3.	Lahan parkir minim	0.50	3	1.50
4.	Bahan baku tidak tahan lama	0.75	4	3.00
5.	Media <i>online</i> terbatas	0.50	3	1.50
SUBTOTAL		3		10.5
TOTAL		6.85		28.3

Dari analisis tabel IFE, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 28.3 yang mengindikasikan bahwa usaha warung get break di atas rata – rata dalam keseluruhan internalnya.

Sumber: Data Olahan, 2021

Tabel 3.2 Matrix External Factor Evaluation (EFE Matrix) Warung Get Break

NO.	FAKTOR EKSTERNAL UTAMA	BOBOT	RATING	SKOR
PELUANG (<i>OPPORTUNITIES</i>)				
1.	Berada dipinggir jalan	0.70	4	2.80
2.	Pembayaran bisa menggunakan <i>virtual</i>	0.75	4	3.00
3.	Memperluas tempat usaha	0.50	3	1.50
4.	Tingginya tingkat daya beli masyarakat akan makanan dan tempat beristirahat	0.65	4	2.60
5.	Lokasi yang sangat strategis	0.75	4	3.00
SUBTOTAL		3.35		12.9
ANCAMAN (<i>THREATS</i>)				
1.	Banyaknya pesaing dengan produk yang sama	0.60	4	3.00
2.	Naiknya harga bahan baku yang tidak menentu	0.50	4	1.50
3.	Makanannya mudah ditiru oleh pengusaha lain	0.50	3	1.50
4.	Kondisi parkir yang minim	0.50	3	1.50
5.	Kualitas produk pesaing lebih baik	0.50	3	1.50
SUBTOTAL		2.60		9
TOTAL		5.95		21.9

Total skor pada tabel adalah 21.9 mengindikasikan bahwa upaya warung get break menjalankan strategi yang memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman diatas rata – rata.

Kedua matriks diatas adalah kondisi relatif yang dihadapi oleh pengusaha warung get break. Kondisi – kondisi inilah yang mereka hadapi dalam menjalankan usahanya. Berikut adalah tabel yang peneliti gunakan untuk

menganalisis dan menentukan keputusan strategi dengan menggunakan matrik SWOT.

Sumber: Data Olahan. 2021

Tabel 3.3 Matrik SWOT pada Warung Get Break

<p>EFAS</p>	<p>IFAS</p> <p>STRENGHT (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang cukup baik b. Harga yang terjangkau c. Tempat yang bersih d. Sumber daya manusia yang ramah e. Kualitas produk yang dihasilkan 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Varian produk yang kurang b. Manajemen bekerja kurang optimal c. Lahan parkir minim d. Bahan baku tidak tahan lama e. Media <i>online</i> terbatas
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Berada dipinggir jalan b. Pembayaran bisa menggunakan <i>virtual</i> c. Memperluas tempat usaha d. Tingginya tingkat daya beli masyarakat akan makanan dan tempat beristirahat e. Lokasi yang sangat strategis 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan strategi pemasaran melalui sosial media dengan mengikuti kemajuan teknologi. b. Membuat harga yang terjangkau. 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan efisiensi biaya. b. Meningkatkan variasi produk yang ada dengan melihat selera atau permintaan konsumen di pasaran.
<p>THREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Banyaknya pesaing dengan produk yang sama b. Naiknya harga bahan baku yang tidak menentu c. Makanannya mudah ditiru oleh pengusaha lain d. Kondisi parkir yang minim e. Kualitas produk pesaing lebih baik 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mengembangkan daya saing. b. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menciptakan produk yang lebih variatif dengan memperhatikan kualitas dan kuantitas. b. Menjalani hubungan baik dengan pelanggan.

Matrik SWOT pada table diatas, menghasilkan empat alternatif strategi yang dapat diambil oleh pemilik warung get break dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi *Strenghts-Opportunities*

Kondisi ini biasanya menjadi kondisi yang diharapkan oleh sebuah perusahaan, karena kelebihan atau kekuatan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dipakai untuk memanfaatkan segala kesempatan yang ada, sehingga sebuah perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing yang baik jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan sejenis. Adapun beberapa kekuatan usaha warung get break dalam memanfaatkan keadaan yang ada yaitu:

- a. Meningkatkan strategi pemasaran melalui sosial media dengan mengikuti kemajuan teknologi.

Meningkatkan pemasaran melalui social media adalah hal yang sudah wajar di era globalisasi ini, dikarenakan pada masa sekarang semua dilakukan dengan melalui media internet. Dan lebih mempermudah calon para pelanggan untuk membeli ataupun memesan makanan.

- b. Membuat harga yang terjangkau.

Penerapan strategi harga merupakan salah satu strategi yang diterapkan oleh pemilik atau pengelola, dalam menerapkan strategi bersaingnya untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Terciptanya harga yang bersaing pada warung get break, dimana warung get break menerapkan harga yang lebih murah, biasanya menarik konsumen yang datang, sehingga akhirnya memiliki pelanggan yang lebih banyak.

2. Strategi *Weaknesses-Opportunities*

Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan yang ada.

a. Meningkatkan efisiensi biaya

Pemilik modal menggunakan modal yang berasal dari dana sendiri dan jumlahnya yang terbatas. Untuk itu, dalam hal ini pemilik harus melakukan efisiensi biaya.

b. Meningkatkan variasi produk yang ada dengan melihat selera atau permintaan konsumen di pasaran.

Mengikuti selera para konsumen sangatlah penting dikarenakan jika para konsumen puas dengan apa yang mereka makan atau minum, mereka akan tetap membeli dan itu membuat para konsumen Kembali ke warung get break.

3. Strategi *Strengths-Threats*

a. Mengembangkan daya saing.

Daya saing sangatlah penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Perusahaan memiliki daya saing bila pelanggannya memperoleh kesan bahwa produk atau jasanya lebih baik daripada produk atau jasa pesaing. Warung get break menciptakan kesan tersebut dengan menyajikan makanan dengan rasa makanan yang khas, sehingga para pelanggan memiliki kepuasan atas kenikmatan rasa makanan yang hanya ada pada warung get break.

b. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan

Pelayanan yang ada warung get break ini sudah baik, akan tetapi hal ini tidak menjamin para pelanggan tidak berpindah kepada pesaing, oleh sebab itu

dalam hal ini warung get break terus meningkatkan pelayanan agar pelanggan merasa puas. Salah satu yang dilakukan warung get break yaitu, menjaga loyalitas pelanggan dan menjaga kenyamanan para pelanggan saat berada dilokasi warung get break.

4. Strategi *Weaknesses-Threats*

- a. Menciptakan produk yang lebih variatif dengan memperhatikan kualitas dan kuantitas.

Warung get break untuk menjaga kualitas dan kuantitas makanan yang mereka hidangkan sudah saatlah memuaskan, tetapi yang perlu ditambahkan yaitu menambah produk menu makanan yang baru, agar para pelanggan tidak merasa bosan dengan makanan yang hanya itu saja.

- b. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

Aset terpenting dari sebuah perusahaan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil adalah pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan akan memberikan pelayanan terbaik bagi semua pelanggannya. Warung get break ditengah persaingan dunia usaha yang semakin ketat harus mampu memberikan pelayanan yang baik bagi para pelanggannya, agar pelanggan tetap loyal. Agar warung get break tidak kehilangan pelanggan, maka warung get break harus menjalin hubungan baik dengan pelanggan, yaitu dengan cara mengenal nama para pelanggan dan menyapa mereka pada saat berkunjung dan berusaha membuat pengunjung merasa nyaman.

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dengan menggunakan metode Matrik Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation – IFE matrix*)

dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation – EFE Matrix*) tersebut di atas dapat peneliti analisis bahwa, implementasi analisis SWOT pada warung get break pada faktor eksternal perusahaan yaitu posisi *Opportunities* yang lebih besar jika dibandingkan dengan posisi *Threats* dan faktor internal pada posisi *Strengths* memiliki nilai skor lebih besar jika dibandingkan dengan posisi *Weaknesses*, dalam faktor internal bobot nilai *Strengths* pada warung get break sebesar (3.85) dan bobot nilai *Weaknesses* sebesar (3.00), sedangkan pada faktor eksternal warung get break memiliki bobot nilai *Opportunities* sebesar (3.35) sedangkan pada posisi *Threats* memiliki bobot nilai sebesar (2.60).

Berdasarkan bobot nilai tersebut di atas, sebagaimana telah dijelaskan bab landasan teori bahwa analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang baik adalah jika *Opportunities* (peluang) lebih besar dibandingkan *threats* (ancaman) dan apabila *Strengths* (kekuatan) lebih besar dibandingkan *Weaknesses* (kelemahan) begitupula sebaliknya. Jadi, berdasarkan bobot nilai analisis SWOT tersebut di atas warung get break termasuk sebuah perusahaan yang baik, karena faktor internal perusahaannya posisi *Strengths* (kekuatan) memiliki bobot nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan *Weaknesses* (kelemahan) dan pada faktor eksternal bobot nilai *Opportunities* (peluang) juga lebih besar jika dibandingkan dengan bobot nilai *Threats* (ancaman), sehingga dalam hal ini warung get break sudah mengimplementasikan analisis SWOT, namun belum seluruhnya, sehingga dalam hal ini warung get break harus mengoptimalkan kembali implementasi analisis

SWOT agar warung get break bisa lebih komprehensif dalam mengetahui keadaan bisnis yang dijalankan.