

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada temuan penelitian tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan, bahwa warung get break sudah mengimplementasikan analisis SWOT dengan menggunakan strategistrategi bisnis baik dari faktor internal maupun eksternal, namun dalam implementasinya belum optimal. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan bobot nilai melalui Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation-IFE matrix*) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation-EFE Matrix*).

Faktor internal mencakup *Strengths* dan *Weaknesses* dimana pada faktor internal ini posisi *Strengths* memiliki bobot nilai lebih besar jika dibandingkan dengan bobot nilai *Weaknesses*. Yaitu, 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 kesimpulan penulis diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi Warung Get Break yang dapat mengangkat penjualan yaitu memakai strategi SO (*Strengths* dan *Opportunities*) yaitu dengan cara meningkatkan strategi pemasaran melalui sosial media dengan mengikuti kemajuan teknologi dan tetap membuat harga yang terjangkau bagi para pelanggan.

## B. Saran

Untuk mengoptimalkan penerapan analisis SWOT dalam warung get break dengan baik dan berdasarkan hasil yang didapati oleh penulis, maka ada beberapa saran yang perlu menjadi pertimbangan antara lain:

1. Perlu adanya peningkatan dalam mengoptimalkan penerapan analisis SWOT pada warung get break
2. Warung get break hendaknya lebih meningkatkan memanfaatkan perkembangan social media untuk menunjang pemasaran produk.