

Setiap perusahaan mempunyai kekuatan dan kelemahan. Perusahaan harus menentukan kemampuan utama mereka sehingga dapat membuat hal yang unik dalam arena persaingan dan mengidentifikasi kelemahan yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Untuk itu perusahaan dapat melakukan analisis lingkungan internal. Analisis lingkungan internal perusahaan terdiri dari aspek organisasi, aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek produksi dan operasi, aspek sumber daya manusia dan aspek sistem informasi.

Perusahaan tidak akan mampu menghadapi ancaman lingkungan dengan efektif, kecuali mereka secara teratur menganalisa kelemahan perusahaan, dengan demikian analisis ini harus dikombinasikan dengan analisis eksternal sehingga keputusan tentang cara menggunakan atau menambah kekuatan dan memperkecil kelemahan dapat diambil. Dalam pengambilan data internal maka dilakukan observasi dan pembuatan koesioner tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan.

d. Analisis Lingkungan Eksternal

Dalam pengambilan keputusan strategi, maka dilakukan observasi dengan membuat koesioner tentang peluang dan ancaman perusahaan yang ditujukan kepada pihak manajemen. Data dan info ya dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil identifikasi terhadap lingkungan internal dan eksternal RM. Wong Solo cabang Pondok Gede yang telah dilakukan, maka terdapatlah faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal meliputi faktor produksi, operasi dan sumber daya manusia. Hasil dari identifikasi lingkungan internal inilah maka dapat diketahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Rumah Makan Wong Solo sedangkan lingkungan eksternal meliputi lingkungan mikro dan makro.

Hasil analisis terhadap bauran pemasaran yang telah dilakukan pada Rumah Makan Wong Solo cabang Pondok Gede meliputi ; Bauran Produk, Harga, Promosi dan Distribusi. Dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Makan Wong Solo adalah :

1. Mengoptimalkan sistem manajemen perusahaan guna meningkatkan keunggulan perusahaan.
2. Melakukan kegiatan promosi dengan penyebaran brosur di perumahan-perumahan sekitar rumah makan yang artinya melakukan penetrasi pasar dan harus lebih kreatif dalam memanfaatkan peluang.
3. Memperbaiki citra Wong Solo dengan fokus pada kualitas serta pemasaran produk.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian ini hal 55 dapat disarankan kepada perusahaan adalah:

1. Mempebaiki citra Rumah Makan Wong Solo dengan mengangkat isu-isu yang lebih fokus terhadap ciri khas masakan nusantara yang Halalal Thoyyiban.
2. Memperbaiki sistem promosi yang dilakukan agar lebih efektif dan efisien, dan mempertahankan pengaruh media yang turut membantu dalam promosi secara tidak langsung.