

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada KSL, maka diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu : Hasil analisis faktor internal pada KSL memiliki beberapa kekuatan dan kelemahan terkait dengan kegiatan pengembangan usahanya. Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan bagi KSL adalah : (1) Aktivitas kedai 24 jam (2) Menu unggulan spesial Kambing guling (3) layanan antar konsumen (*delivery*) 24 jam (4) Sumber daya manusia terampil dan berpengalaman (5) koordinasi dan pembagian tugas cukup baik (6) Mutu produk yang dihasilkan berkualitas (7) akses perusahaan terhadap bahan baku terjamin. Sedangkan faktor internal yang menjadi kelemahan bagi KSL adalah : (1) Promosi masih sederhana (2) Pencatatan akuntansi masih sederhana (3) Biaya produksi cukup tinggi (4) Wilayah jangkauan pesan antar masih terbatas (5) Belum menjalankan fungsi manajemen secara menyeluruh.

Hasil analisis faktor eksternal, menjelaskan bahwa KSL memiliki beberapa peluang dan ancaman terkait dengan pengembangan usahanya. Faktor-faktor strategis eksternal yang menjadi peluang bagi KSL adalah : (1) Konsumsi daging masyarakat tinggi (2) Perkembangan teknologi dan komunikasi sebagai sarana pemasaran (3) Kedai tertua di Cimahi sebagai tujuan wisata kulineri (4) Banyaknya pemasok bahan baku. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi ancaman bagi KSL antara lain : (1) Variasi unik sate pesaing (2) Banyaknya produk substitusi (3) Persaingan harga kompetitif (4) Kenaikan harga bahan baku.

5.2 Saran

5.2.1 Perumusan Tujuan Saran

1. Sebagai bahan masukan bagi pengelola KSL dalam mengembangkan usaha terutama meningkatkan volume penjualannya.
2. Sebagai masukan untuk dalam penelitian selanjutnya, terutamanya hal-hal lainnya yang belum diungkapkan dalam penelitian ini.

5.2.2 Pemetaan Strategi QSPM

Peringkat	Rencana Tindak	Alasan
I	Mempertahankan aktivitas produksi operasi KSL selama 24 jam	Dapat melayani permintaan pelanggan secara penuh, yang merupakan salah satu pelayanan yang menonjol dibandingkan dengan para pesaingnya. Dengan ada Strategi ini diharapkan dapat memberikan dan menciptakan nilai yang baik bagi kuliner Kota Cimahi dengan memberikan beberapa menu yang berkualitas, pelayanan cepat terhadap pelanggan.
II	Melakukan diversifikasi dan pengembangan produk	Agar bisa menekan kenaikan bahan baku pada menu di KSL, pengembangan dan diversifikasi ini merupakan rencana tindak jangka panjang. Diversifikasi ini dapat menghindari konsumen beralih pada produk pesaing.
III	Menggunakan perkembangan teknologi dan komunikasi sebagai sarana pemasaran	Perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin cepat beberapa tahun kebelakang ini, apabila digunakan secara positif, efektif dan optimal, akan berdampak positif pada peningkatan pelanggan sehingga meningkatkan volume penjualan KSL. Apalagi KSL didukung dengan beberapa pelayanan dan produk unggulan seperti layanan jam operasi produksi kedai dan pesan antar konsumen 24 jam untuk wilayah cimahi dan sekitarnya, produk sate kambing dan kambing guling

IV	Meningkatkan kualitas SDM dalam bidang keuangan	Semakin banyak jumlah transaksi yang terjadi dalam suatu perusahaan, semakin meningkatkan jumlah arus kas yang masuk dan keluar, hendaknya proses ini didukung dengan beberapa ilmu dasar-dasar akuntansi yang dimiliki oleh beberapa karyawan sehingga meningkatkan kinerja dalam bidang keuangan perusahaan yang bertujuan akan terjadinya kejelasan arus masuk dan keluar yang terjadi pada perusahaan.
V	Menambah jumlah kendaraan pesan antar	Strategi ini akan mempengaruhi secara positif pada meluasnya wilayah jangkauan layanan pesan antar dan mempercepat pengambilan bahan baku dari pemasok
VI	Mempertahankan komunikasi yang telah dijalin selama ini dengan pemasok	Komunikasi merupakan faktor utama dalam menjalin hubungan dengan pemasok, hal ini apabila terus terjalin dengan baik akan menimbulkan hubungan timbal balik terhadap keberlangsungan produksi dan operasi KSL, sehingga dalam persediaan bahan baku selalu unggul dengan pesaing.
VII	Mencari alternatif pemasok dari luar kota dengan biaya produksi yang rendah	Meminimalkan biaya produksi dan operasi ,strategi ini merupakan strategi jangka panjang dalam menghadapi beberapa hambatan seperti adanya kenaikan harga disekitar wilayah perusahaan.

5.2.3 Operasional Strategi Penelitian dan Rencana Tindak

Peringkat	Rencana Tindak	Bagian <i>Job description</i> yang bertanggung jawab	Jangka waktu
I	Mempertahankan aktivitas produksi operasi KSL selama 24 jam	Pemilik/ <i>Owner</i>	Pendek 3 bulan sampai 6 bulan
II	Melakukan diversifikasi dan pengembangan produk	Manajemen operasi	Panjang 8 bulan sampai 1 tahun
III	Menggunakan perkembangan teknologi dan komunikasi sebagai sarana pemasaran	Pemilik/ <i>Owner</i>	Pendek 3 bulan sampai 6 bulan
IV	Meningkatkan kualitas SDM dalam bidang keuangan	Manajemen operasi	Pendek 3 bulan sampai 6 bulan
V	Menambah jumlah kendaraan pesan antar	Pemilik/ <i>Owner</i>	Pendek 3 bulan sampai 6 bulan
VI	Mempertahankan komunikasi yang telah dijalin selama ini dengan pemasok	Manajemen operasi	Pendek 3 bulan sampai 6 bulan
VII	Mencari alternatif pemasok dari luar kota dengan biaya produksi yang rendah	Pemilik/ <i>Owner</i>	Panjang 1 sampai 3 tahun bulan

