

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal Ramen AA Cabang Gegerkalong Girang, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Lingkungan internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan dalam penyusunan strategi pengembangan bisnis di Ramen AA Cabang Gegerkalong Girang secara berurutan sebagai berikut: Kekuatan yang dimiliki oleh Ramen AA: harga yang ditawarkan Ramen AA terjangkau, lokasi Ramen AA strategis, memiliki ciri khas sambal rempah, kesesuaian porsi menu yang disajikan Ramen AA, citra Ramen AA yang sudah terkenal, menu makanan yang disajikan inovatif, kenyamanan makan di Ramen AA, kelezatan menu yang disajikan Ramen AA, sudah memiliki cabang di beberapa tempat, memakai bahan baku yang berkualitas, dan kenyamanan karyawan dalam bekerja. Kelemahan yang dimiliki oleh Ramen AA: promosi yang dilakukan oleh Ramen AA, luas tempat makan yang tersedia di Ramen AA, luas lahan parkir kendaraan di Ramen AA, kepuasan dalam pelayanan, fasilitas yang tersedia di Ramen AA, tampilan menu yang disajikan, tingkat kebersihan Ramen AA, sistem manajemen Ramen AA, tingkat pendapatan Ramen AA, produk ramen mudah ditiru, dan belum mempunyai SOP (Standar Operasional Prosedur) Kerja.
2. Lingkungan eksternal yang merupakan peluang dan ancaman dalam penyusunan strategi pengembangan bisnis di Ramen AA Cabang Gegerkalong Girang secara berurutan sebagai berikut: Peluang yang dimiliki oleh Ramen AA: minat konsumen terhadap ramen, kemudahan dalam mencari bahan baku,

pangsa pasar untuk semua kalangan, kemajuan teknologi sebagai sarana promosi, akses terhadap bahan baku terjangkau, menjadikan ramen sebagai tren kuliner Kota Bandung, menjadi pilihan ramen utama di daerah Gegerkalong Girang, gaya hidup masyarakat Kota Bandung, Kota Bandung sebagai Kota wisata kuliner, dan memiliki hubungan jangka panjang dengan konsumen. Ancaman yang dimiliki oleh Ramen AA: perkembangan harga bahan baku dan harga BBM, banyak pesaing di bidang makanan yang berada di Gegerkalong, menurunnya minat konsumen terhadap ramen, munculnya tren makanan Korea, pengaruh cuaca terhadap persediaan bahan baku, persaingan harga antara pesaing sejenis dan tidak sejenis, pendapatan konsumen, selera konsumen, kesiapan karyawan dalam perkembangan teknologi, dan iklan pesaing lebih menarik.

3. Berdasarkan hasil analisis QSPM diperoleh gambaran nilai TAS (*Total Attractiveness Score*) dengan hasil nilai tertinggi yaitu 6,31 dan dapat diketahui prioritas dari alternatif strategi, prioritas utama penentuan strategi untuk pengembangan bisnis Ramen AA yaitu mengadakan pelatihan Sistem Informasi Manajemen (SIM) untuk divisi keuangan dalam mengelola Ramen AA, prioritas strategi yang kedua yaitu gencar melakukan kegiatan promosi untuk menarik pelanggan baru, prioritas strategi yang ketiga yaitu membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) Kerja, prioritas strategi yang keempat yaitu meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumen, prioritas strategi yang kelima yaitu menambah fasilitas di Ramen AA seperti fasilitas wi-fi, prioritas strategi yang keenam yaitu mempertahankan cita rasa khas Ramen AA pada menu yang disajikan agar dapat menjadi pesaing utama dalam bisnis mie ramen, dan prioritas strategi yang terakhir yaitu melakukan efisiensi dan efektifitas produksi untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku dan BBM.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang menunjukkan posisi Ramen AA berada pada sel V, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan strategi pengembangan bisnis Ramen AA. Berikut adalah beberapa saran untuk pengembangan bisnis di Ramen AA:

1. Mengadakan pelatihan Sistem Informasi Manajemen (SIM) untuk divisi keuangan dalam mengelola Ramen AA.
2. Gencar melakukan kegiatan promosi untuk menarik pelanggan baru.
3. Membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) Kerja, dengan adanya SOP Kerja, karyawan diharapkan melakukan kinerja yang sesuai dengan SOP Kerja yang sudah ditetapkan dan diharapkan tidak akan melakukan kesalahan-kesalahan baik yang disengaja maupun tidak disengaja.
4. Meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumen untuk memberi kepuasan kepada setiap konsumen yang berkunjung ke Ramen AA.
5. Menambah fasilitas di Ramen AA seperti fasilitas wi-fi, dengan adanya rencana penambahan fasilitas diharapkan akan semakin ramai pembeli.
6. Mempertahankan cita rasa khas Ramen AA pada menu yang disajikan agar dapat menjadi pesaing utama dalam bisnis mie ramen.
7. Melakukan efisiensi dan efektifitas produksi untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku dan BBM.