

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 1.1.KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Suis Butcher cabang Setiabudi, maka dapat ditarik kesimpulan dalam upaya meningkatkan strategi penjualan di Suis Butcher cabang Setiabudi yaitu sebagai berikut:

1. Proses manajemen strategi di Suis Butcher dilakukan melalui empat tahap yaitu pertama pengamatan lingkungan dengan cara melihat tren yang sedang populer, keinginan konsumen, melihat keadaan pesaing dan promosi apa yang sedang pesaing jalankan, kedua perumusan strategi perumusan strategi dilakukan oleh para petinggi-petinggi seperti *owner*, para manager baik itu *personel manager*, *purchasing manager*, *accounting manager* sampai dengan *supervisor* Suis Butcher. Kemudian setelah strategi ditetapkan maka akan diinformasikan terhadap semua karyawan. Namun, pada kenyataannya tidak banyak karyawan yang mengetahui strategi apa yang diterapkan oleh Suis Butcher, ketiga implementasi strategi, pengimplementasian strategi dilakukan pada waktu-waktu tertentu seperti pada hari ulang tahun Suis Butcher, hari kemerdekaan dan lain lain dan keempat evaluasi terhadap strategi yang telah ditetapkan, evaluasi dilakukan melalui absensi karyawan, keuangan, kepuasan konsumen, serta *quality control* terhadap produk yang ditawarkan dari segi rasa, aroma, kebersihan, dan harga.
2. Keadaan faktor eksternal yang merupakan peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) bagi Suis Butcher. Adapun yang menjadi peluang bagi Suis Butcher yaitu *Brand image/citra* merek yang sudah baik dan dikenal oleh masyarakat, teknologi, sudah memiliki izin usaha., customer repeater, dan lokasi yang strategis. Adapun yang menjadi ancaman bagi Suis Butcher yaitu pesaing jenis restoran serupa, pesaing yang tiba tiba menurunkan harga produk dibawah harga Suis Butcher, dan kenaikan bahan baku.

3. Keadaan faktor internal yaitu merupakan kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dimiliki Suis Butcher. Adapun yang menjadi kekuatan dari Suis Butcher yaitu Kualitas Produk yang baik produk yang bervariasi, kebersihan produk/cutteleries yang digunakan, sumber daya manusia yang handal, harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan serta fasilitas yang lengkap. Adapun kelemahan yang dimiliki oleh Suis Butcher yaitu Promosi yang kurang maksimal, lahan parkir yang tidak mencukupi, dan design interior, eksterior, dan tata ruang yang monoton.
4. Berdasarkan hasil matriks IE Suis Butcher berada pada sel lima (5) yaitu *growth stability* dan hasil diagram kartesius Suis Butcher berada pada kuadran I (satu) yaitu mendukung strategi agresif strategi yang dapat dilakukan berdasarkan matriks IE dan diagram kartesius adalah mengefisienkan biaya produksi, pengendalian bahan persediaan selain itu juga dapat dilakukan pengembangan produk seperti membuat variasi menu baru. Berdasarkan analisis QSPM, berikut merupakan urutan prioritas dari sembilan (9) alternatif strategi berdasarkan STAS: a), Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan promosi dan meningkatkan *delivery service* b), Memaksimalkan promosi agar tetap dapat bersaing dengan jenis restoran serupa meskipun pesaing menurunkan harga dibawah harga Suis Butcher c), Meningkatkan sumber daya manusia yang handal untuk memuaskan keinginan konsumen sehingga menjadi *customer repeater*, d).Meningkatkan *brand image/citra* merek dan memanfaatkan surat izin usaha sebagai daya tarik untuk meningkatkan kepercayaan konsumen e), Memodifikasi atau menata ulang *design interior, eksterior* dan tata ruang agar konsumen tidak bosan sehingga kembali menjadi *customer repeater*, f), Mengantisipasi kenaikan bahan baku agar tidak berpengaruh terhadap harga dan membina hubungan yang baik dengan pemasok, g). Meningkatkan sumber daya manusia dan menjaga kualitas produk dan kebersihan produk untuk menghadapi pesaing, h), Memanfaatkan fasilitas yang lengkap dan lokasi yang strategis untuk menarik konsumen, i)Memanfaatkan dan meningkatkan

kualitas produk serta kebersihan produk dan *cutteleries* yang digunakan serta mengembangkan variasi menu untuk menarik *customer repeater*.

## 1.2.SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan kepada pihak Suis Butcher Cabang Setiabudi antara lain:

1. Meningkatkan kegiatan promosi agar seluruh informasi mengenai produk yang ditawarkan dapat menyebar luas kepada konsumen. Promosi yang dilakukan semenarik mungkin agar banyak konsumen yang tertarik untuk berkunjung ke Suis Butcher. promosi dapat dilakukan dengan cara memaksimalkan perkembangan teknologi seperti penggunaan media sosial seperti *facebook* melalui pembuatan *fanfage* dan memaksimalkan penggunaan *instagram* dengan cara *mengupdate* setiap menu baru, harga baru serta promosi yang sedang dijalankan, karena dengan menggunakan media sosial tersebut perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak. penggunaan media cetak seperti brosur, pamflet di setiap tempat-tempat yang dapat dengan mudah terlihat oleh konsumen seperti di jalan raya. Promosi juga dapat meningkatkan daya saing untuk mengantisipasi banyaknya pesaing dalam jenis restoran yang sama, sehingga ketika pesaing menurunkan harga dibawah Suis Butcher, Suis Butcher masih tetap bisa bersaing.
2. Menjaga dan meningkatkan *joint* parkir dengan pihak yang lokasinya berdekatan dengan Suis Butcher seperti Griya, Yen's, dan pertokoan yang berada disekitar Suis Butcher untuk memberikan kenyamanan terhadap konsumen yang membawa kendaraan pribadi. Lahan parkir biasanya menentukan ramai atau tidaknya sebuah restoran, lahan parkir juga biasanya menjadi bahan pertimbangan pengunjung untuk datang ke restoran karena apabila lahan parkir terlihat penuh pengunjung enggan untuk mengunjungi restoran

tersebut kemudian pengunjung juga menilai padatnya lahan parkir menandakan bahwa restoran tersebut mempunyai produk yang menarik, sebaliknya apabila lahan parkir terlihat sepi menandakan produk yang ditawarkan kurang menarik.

3. Meningkatkan program *delivery service* untuk mengatasi keterbatasan lahan parkir, karena dengan begitu konsumen tidak perlu datang langsung ke Suis Butcher sehingga tidak perlu megkhawatirkan lahan parkir dan penjualan tetap berlangsung serta konsumen
4. Memodifikasi ulang desain dan tata ruang dengan cara mensurvei terlebih dahulu kepada konsumen tentang desain seperti apa yang tepat untuk Suis Butcher dan sesuai dengan keinginan para konsumen dengan begitu konsumen tidak akan merasa bosan dan akan semakin banyak konsumen yang tertarik untuk mengunjungi Suis Butcher dan berpotensi menjadi *customer repeater*.
5. Melakukan *general meeting* setiap bulan sekali terhadap karyawan dalam upaya menyebar luaskan informasi tentang strategi yang diterapkan oleh Suis Butcher. Dengan begitu diharapkan para karyawan dapat ikut mensukseskan strategi tersebut

