

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan untuk mengetahui keadaan lingkungan internal serta lingkungan eksternal maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Keadaan lingkungan internal yang terdiri dari kekuatan serta kelemahan dari Kampoeng Roti Sarijadi Bandung yaitu, Kampoeng Roti adalah bakery dengan konsep modern yang mempunyai konsep *open kitchen* pada setiap gerainya. Selain itu Kampoeng Roti menyediakan tempat bersantap bagi para pelanggan yang ingin menyantap langsung rotinya itu. Harga yang ditawarkan Kampoeng Roti sangat terjangkau, namun hal itu tidak menjadi alasan bagi Kampoeng Roti untuk menurunkan kualitas, kesegaran, kemenarikan, dan jumlah varian dari produknya. Lokasi gerai sangat strategis, pelayanannya pun ramah, cepat, dan mudah. Selain itu, Kampoeng Roti mempunyai website yang dapat memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk yang dijualnya. Kampoeng Roti mempunyai gudang bahan baku berikut staff gudang sendiri. Kampoeng Roti sudah sangat dikenal masyarakat, mungkin hal itu dikarenakan Kampoeng Roti sudah banyak memiliki cabang yang tersebar di seluruh wilayah di Kota Bandung. Namun dibalik semua kekuatan tersebut Kampoeng Roti mempunyai kelemahan yaitu belum memaksimalkan promosi melalui media sosial, lalu pengelolaan keuangan masih dikelola oleh owner. Lalu, luas lahan parkir pada gerai dinilai sempit. Selain itu gudang bahan baku terletak di wilayah yang berbeda dengan gerai. Kampoeng Roti Sarijadi juga kurang melakukan kerjasama dengan perusahaan lain. Selain itu, Kampoeng Roti belum mempunyai konsep yang matang untuk *franchise*.
2. Keadaan lingkungan eksternal yang terdiri dari peluang serta ancaman dari Kampoeng Roti adalah minat konsumen terhadap produk bakery masih lumayan

tinggi. Lalu kemajuan teknologi untuk medi promosi. Selain itu minat masyarakat terhadap produk murah dan diskon. Gaya hidup masyarakat pun dapat menjadi sebuah peluang bagi Kampoeng Roti. Dan yang terakhir adalah Kampoeng Roti memiliki supplier bahan baku yang bagus dan sesuai. Selain peluang Kampoeng Roti juga mempunyai ancaman-ancaman yang dapat menghadang Kampoeng Roti, ancaman tersebut adalah produk dari Kampoeng Roti yang mudah ditiru, lalu harga bahan baku yang fluktuatif, disusul oleh banyaknya usaha sejenis yang bermunculan. Kampoeng Roti belum dijadikan sebagai bakery pilihan utama bagi pelanggan dan terdapat ancaman produk substitusi dari produk bakery.

3. Berdasarkan analisis QSPM, prioritas strategi utama jatuh kepada **memaksimalkan promosi melalui media sosial** dengan skor 5,84. Prioritas kedua ialah selalu membuat harga promo. Harga promo diyakinkan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Proiritas ketiga adalah dengan memaksimalkan pemesanan produk melalui website. Prioritas keempat adalah mempertahankan kualitas produk dengan mempertahankan harga jualnya. Prioritas kelima adalah membuat *giveaway* serta *endorsement* melalui *public figur* di Kota Bandung. Hal tersebut dilakukan di media sosial. Prioritas keenam adalah selalu melakukan inovasi produk dan kemasan. Prioritas ketujuh adalah membuka cabang lebih banyak lagi. Dan Prioritas kedelapan adalah dengan menyelipkan materi tentang pentingnya kehalalan serta keamanan makanan. Hal tersebut diharapkan akan membangun citra yang baik di masyarakat, bahwa produk Kampoeng Roti itu halal serta aman dikonsumsi.

5.2 Saran

Dalam menghadapi salah satu permasalahan yang dialami Kampoeng Roti Sarijadi, yaitu penurunan penjualan dan omzet dalam beberapa bulan terakhir, saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian perumusan strategi bisnis ini adalah:

A. PEMASARAN

Dalam hal pemasaran penulis mempunyai beberapa saran yang dapat diterapkan di Kampoeng Roti Sarijadi Bandung, yaitu :

1. **Mengoptimalkan kembali fungsi akun-akun media sosial (instagram dan facebook) yang dimiliki oleh Kampoeng Roti.** Media sosial dapat menginformasikan kepada pelanggan secara cepat tentang harga promo dan produk baru. Tidak hanya itu, tetapi Kampoeng Roti juga dapat mengetahui secara cepat animo masyarakat terhadap promo atau produk baru tersebut dengan melihat *feedback* yang didapatkan (*likes* atau *comment* yang diberikan masyarakat).
2. **Menonjolkan sertifikasi halal yang sudah dimiliki oleh Kampoeng Roti dalam kegiatan pemasaran.** Pelanggan pada saat ini semakin *aware* terhadap makanan apa yang dimakannya. Oleh karena itu, menonjolkan sertifikasi halal yang dimiliki Kampoeng Roti dapat memberikan jaminan terhadap produk Kampoeng Roti kepada pelanggan dan hal tersebut dapat menjadikan produk Kampoeng Roti sebagai pilihan utama untuk membeli produk-produk *bakery*.
3. **Selalu membuat gebrakan baru dalam berbisnis dengan cara memberikan harga promo dan produk baru yang menarik dan membuat rasa penasaran pelanggan.** Para pelanggan yang sudah mengetahui kualitas produk yang dimiliki oleh Kampoeng Roti tidak akan berpikir panjang untuk membeli produk dengan harga promo tersebut, karena dengan harga tersebut pelanggan dapat dua keuntungan, yaitu produk yang bagus dan berkualitas serta harga yang murah. Dengan selalu membuat harga promo dan produk baru, jumlah penjualan dipastikan akan meningkat.
4. **Mengoptimalkan fungsi website Kampoeng Roti** untuk pemesanan online agar pelanggan dapat dengan mudah mendapatkan produk Kampoeng Roti, selain itu juga, pemesanan melalui website dapat memperluas pasar.

5. **Membuka cabang lain baik di dalam Kota Bandung maupun di luar Kota Bandung.** Hal ini dilakukan untuk memperluas pasar agar dapat memenuhi keinginan pelanggan di lokasi lain terhadap produk Kampoeng Roti.

B. KEUANGAN

Dalam hal keuangan, saran penulis kepada Kampoeng Roti adalah perlu **merekrut staff khusus yang menangani masalah keuangan (akunting)**, sehingga owner bisa lebih fokus kepada pengawasan usaha tersebut.

C. PRODUKSI DAN OPERASI

Dalam hal produksi dan operasi, penulis mempunyai saran yaitu :

1. Untuk menghemat biaya operasional dan ruang dari setiap cabang Kampoeng Roti, perlu dilakukan **pemusatan area produksi (kitchen)**. Hal tersebut dilakukan dengan cara membuat satu area produksi yang memproduksi kebutuhan produk seluruh cabang. Hal tersebut dinilai lebih efektif dan efisien, karena area produksi tersebut dapat disatukan dengan gudang bahan baku dan juga seluruh proses produksi dapat dipantau dengan baik setiap waktu.
2. **Menerapkan *light hygiene*** pada proses produksi agar produk yang dihasilkan terjamin keamanan serta kebersihannya.

D. PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Dalam hal produksi dan operasi, penulis mempunyai saran yaitu :

1. **Selalu menciptakan produk baru yang segar dan sesuai dengan tren masa kini.** Hal tersebut dilakukan dalam rangka usaha dalam memenuhi ekspektasi pelanggan sesuai dengan visi dari Kampoeng Roti Sarijadi Bandung.
2. Untuk penelitian perumusan strategi pengembangan bisnis selanjutnya, agar dilakukan dengan **lebih memahami ekspektasi pelanggan** terhadap Kampoeng Roti Sarijadi secara mendalam agar hasil strategi yang didapatkan lebih akurat.