

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Berdasarkan pengumpulan data dan analisis yang dibuat dari berbagai sumber dapat kita simpulkan bahwa dewasa ini dengan beragam kesibukan dan rutinitas masyarakat yang padat, makanan yang cepat penyajiannya tanpa mengurangi segi kualitas sangat dibutuhkan bagi individu. Berikut adalah kesimpulan yang penulis temukan dalam penelitiannya pada PT. Pioneerindo Gourment (CFC):

1. Faktor Internal yang mempengaruhi laba CFC meliputi:
 - a. Dari segi kekuatan, CFC memiliki brand yang dikenal secara global.
 - b. Dari segi kelemahan, CFC memiliki Harga yang terbilang mahal dengan pesaing terbesarnya. Selain itu, promosi yang dilakukan dirasa kurang dimata masyarakat.
2. Berdasarkan segi kesempatan eksternal, CFC mempunyai peluang yaitu bisnis kuliner adalah salah satu kebutuhan manusia, dan bahan produksi utama yang mudah didapat di Indonesia sebagai peluang dari CFC.
3. Dari segi strategi, penulis merangkum bahwa:
 - a) Dalam kuadran SWOT dikatakan bahwa CFC berada pada kuadran 3 dimana perusahaan memiliki peluang namun berbagai ancaman datang dari segala arah, namun perusahaan memiliki kekurangan yang dapat diminimalisir dengan menggunakan peluang untuk menghadapi ancaman yang datang, maka strategi yang tepat ada pada strategi WO (*Weakness – Oppurtunities*).
 - b) Dalam pengolahan Matriks IE dikatakan bahwa CFC berada pada sel 5 dengan titik kordinat 2,2 sampai 3.38, sehingga harus bertahan (*Hold*) dan melakukan peningkatan produk (*maintaining product*).

- c) Menurut QSPM bahwa CFC harus memperkuat *mother store* dengan menarik konsumen melalui promosi penurunan harga yang diperoleh melalui peralihan barang distribusi akibat peralihan barang import ke bahan lokal.

1.2 Saran

Setelah melihat dari beberapa hasil penelitian dan kesimpulan yang telah terkumpul, penulis hendak memberikan saran yang sekiranya dapat diterima dan bertujuan mengembangkan bisnis CFC agar dapat makin siap bersaing di era modern ini. Beberapa saran yang dapat dilakukan CFC menurut pengamatan penulis kali ini:

No	Masalah	Rekomendasi
1	Mother Store kurang kuat untuk bersaing dengan pelaku franchise lain	Kurangi outlet mini yang kurang produktif dan bukan bagian dari perjanjian franchise untuk modal memperkuat Mother store dalam bersaing melawan pesaing terbesarnya yang berlomba menyajikan makanan cepat saji dengan kualitas yang baik.
2	Kejenuhan Publik akan produk yang kurang variatif	Lakukan inovasi untuk memperkecil kejenuhan publik.
3	Biaya produksi tinggi untuk melakukan inovasi	Lakukan inovasi dengan menggunakan rotasi bahan baku yang sudah ada tanpa melakukan pembelian jenis bahan baru untuk menekan harga produksi sehingga dapat melakukan promosi penurunan harga untuk bersaing dengan pesaing lama maupun baru.
4	Biaya impor kian naik didasari harga dollar yang makin tinggi	Tingkatkan kualitas produk berbahan baku lokal untuk memperkuat image brand besar lokal berpengalaman dengan budget distribusi yang lebih kecil
5	Pesaing baru kian mewabah dengan ide-ide baru.	Berikan promosi yang merata di setiap cabang yang tersebar sebagai bentuk pengenalan serta mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke jenis produk baru ataupun brand baru yang

		ditawarkan dari pesaing.
6	Pesaing lama kian gencar melakukan promosi	Perkuat mother store dengan menarik konsumen melalui promosi penurunan harga yang diperoleh dari pengurangan biaya distribusi akibat peralihan bahan import ke bahan lokal.
7	Lokasi cabang memang strategis namun kurang <i>eye catching</i> dikarenakan banyaknya pusat pertokoan lain atau jenis usaha lain.	Gunakan daya tarik seperti peningkatan pencahayaan, penggunaan maskot hidup, dan lain-lain untuk menarik konsumen yang lewat di tempat-tempat strategis demi bertahan dari berbagai pesaing langsung ataupun pesaing substitusi.

Pembahasan strategi apa yang sebaiknya diterapkan CFC pada saat ini:

A) Kurangi outlet mini yang kurang produktif dan bukan bagian dari perjanjian franchise untuk modal memperkuat *mother store* dalam bersaing melawan pesaing terbesarnya yang berlomba menyajikan makanan cepat saji dengan kualitas yang baik.

CFC memiliki data tersendiri untuk outlet-outlet kecil yang bukan bagian dari perjanjian Franchise dan kurang produktif, CFC dapat menjual dengan tujuan mendapatkan modal untuk memperkuat pusat entah dengan inovasi ataupun dengan fasilitas dan tingkat kenyamanan sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kepercayaan konsumen bagi CFC sebelum memulai ekspansi.

B) Perkuat *mother store* dengan menarik konsumen melalui promosi penurunan harga yang diperoleh dari pengurangan biaya distribusi akibat peralihan bahan import ke bahan lokal.

CFC dapat memperkuat pusat dengan promosi penurunan harga pada suatu menu yang awalnya menggunakan bahan import sehingga beralih ke lokal jika memungkinkan, contohnya penggunaan beras lokal, ayam lokal, tanpa mengurangi sedikitpun standar

kualitas pengawasan penerimaan bahan baku sehingga dapat memotong biaya distribusi import.

C) Lakukan inovasi dengan menggunakan rotasi bahan baku yang sudah ada tanpa melakukan pembelian jenis bahan baru untuk menekan harga produksi sehingga dapat melakukan promosi penurunan harga untuk bersaing dengan pesaing lama maupun baru.

Kejenuhan pasar juga dapat disiasati dengan melakukan inovasi produk tanpa membeli bahan baku baru, dengan ide membuat menu baru berbahan dasar dari bahan yang sudah ada, misalkan dari ayam goreng tepung menjadi ricebox ukuran mini, chicken katsu, chicken burger dan lain-lain untuk member kesan inovatif dalam persaingan yang semakin ketat.

D) Gunakan daya tarik seperti peningkatan pencahayaan, penggunaan maskot hidup, dan lain-lain untuk menarik konsumen yang lewat di tempat-tempat strategis demi bertahan dari berbagai pesaing langsung ataupun pesaing substitusi.

Lokasi cabang ataupun pusat yang strategis untuk CFC dapat lebih dimaksimalkan dengan adanya daya tarik pencahayaan yang *eyecatching*, penggunaan banner, sales promotion atau sekedar karyawan setempat untuk sekedar menarik konsumen yang prospektif di setiap titiknya.

E) Berikan promosi yang merata di setiap cabang yang tersebar sebagai bentuk pengenalan serta mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke jenis produk baru ataupun brand baru yang ditawarkan dari pesaing.

Berikan promosi untuk sekedar pengenalan tentang produk-produk dan inovasi yang hendak di lakukan CFC melalui potongan harga, hadiah, atau sebagainya. Biasanya setiap perusahaan besar selalu memiliki budget untuk biaya promosi, promosi ini dilakukan karena jika promosi merata dari seluruh cabang, tidak menutup kemungkinan CFC akan meningkatkan daya beli pada setiap titik cabangnya.

F) Tingkatkan kualitas produk berbahan baku lokal untuk memperkuat image brand besar lokal berpengalaman dengan budget distribusi yang lebih kecil.

Dengan mengusung usaha lokal berbadan resmi, CFC dapat memperkecil biaya produksi dengan beralih ke bahan baku lokal tanpa mengurangi standar kualitas produk, tidak dapat di pungkiri bahwa import makin mahal dikarenakan harga dollar kian melambung.

G) Lakukan inovasi untuk memperkecil kejenuhan publik.

CFC dapat melakukan inovasi dengan atau tanpa menambah bahan baru untuk memberikan menu yang lebih variatif, ataupun dengan inovasi dengan menambah tempat untuk berkumpul atau sekedar hangout dengan memperkirakan berapa lama setiap meja akan terisi dan apa saja kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini. CFC harus lebih membuka diri.