

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Pengembangan Bisnis I Burahay Catering Bandung dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya:

1. I Burahay Catering memiliki kekuatan-kekuatan yang bisa menjadi faktor pendorong berkembangnya bisnis catering ini. Faktor kekuatan tersebut diantaranya adalah karyawan nyaman dalam melaksanakan pekerjaan, peran manajemen yang turun tangan langsung, karyawan yang bertugas bersikap ramah, rasa makanan yang enak, konsisten terhadap kualitas produk walaupun harga yang ditawarkan terjangkau, adanya standar resep untuk mempertahankan konsistensi rasa makanan, selektif terhadap pemasok, memprioritaskan *attitude* dalam rekrutmen karyawan. Namun dibalik faktor kekuatan, ada faktor kelemahan yang dimiliki I Burahay Catering yaitu kurangnya sosialisasi dan pelatihan seputar perusahaan terhadap karyawan, belum optimalnya tempat produksi, dan belum optimalnya standardisasi pengadaan bahan baku.
2. Hasil analisis yang telah penulis lakukan terhadap faktor eksternal I Burahay Catering diperoleh faktor – faktor peluang diantaranya segmen pasar yang dituju adalah kalangan menengah, calon konsumen dengan dana yang tidak terlampau besar sebagai target pasar, harga paket yang kompetitif dibanding pesaing dan mampu menjamin kualitas produk, budaya masyarakat sunda dalam menentukan tanggal – tanggal baik pernikahan, pengeluaran penduduk Kota Bandung, dan kondisi sosial masyarakat terhadap tren pernikahan. Adapun faktor yang menjadi ancaman diantaranya jenuhnya persaingan antar industri catering di Kota Bandung, belum optimalnya promosi yang dilakukan, abai terhadap tingkat pendidikan karyawannya, dan jumlah catering yang terus meningkat setiap tahunnya.
3. Strategi yang relevan untuk diimplementasikan untuk pengembangan I Burahay Catering diantaranya adalah:
  - a. Hasil dari matriks IE menunjukkan bahwa I Burahay Catering berada pada koordinat 2,83 ; 2,32 atau berada pada sel V. pada sel ini strategi umum yang digunakan yaitu strategi *Market Penetration and Product Development. Market Penetration*

Deden Luthfi Rahmawan, 2018

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS I BURAHAY CATERING BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dilakukan dengan memperluas jangkauan dan mengencarkan pemasaran produk. Sedangkan *Product Development* dapat dilakukan dengan peningkatan kualitas produk, memodifikasi, maupun menambah jenis produk makanan maupun jasa yang telah ada.

- b. Strategi alternatif prioritas yang relevan untuk diimplementasikan di I Burahay Catering adalah melakukan standarisasi disemua lini perusahaan agar mampu menghadapi ketatnya persaingan industri katering. Strategi tersebut diperoleh dari hasil perhitungan matriks QSPM. Standarisasi dilakukan pada lini operasional dapur, operasional gedung, rekrutmen SDM, dan seuruh informasi tentang perusahaan bagi karyawan

## 5.2 Saran

Berasarkan kesimpulan diatas, maka saran untuk mendukung strategi pengembangan bisnis I Burahay Catering Bandung yaitu:

1. Memaksimalkan kegiatan promosi berdasarkan segmen pasar dan budaya masyarakat untuk meraih potensi bisnis jasa katering di kota bandung.
2. Meningkatkan penetrasi pada produk paket katering dengan harga yang kompetitif dan tetap menjaga kualitas rasa makanna dengan implementasi standar resep yang baik.
3. Memperbaharui area produksi menjadi lebih tertata, ternecana, dan terstruktur, agar terciptanya efisiensi dan efektifitas pekerjaan.
4. Memaksimalkan kegiatan promosi melalui berbagai macam media.
5. Bergabung dengan himpunan pengusaha jasa boga dalam rangka promosi, memperluas target pasar, dan menambah informasi untuk pengembangan perusahaan.
6. Memperkuat rancangan kelanjutan perusahaan dalam mencapai visi perusahaan.