

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis angkat mengenai Studi Kelayakan Bisnis pada Vitadeli *Bakery* Bandung maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek industri.

Pemilik merasa percaya diri dalam membuka bisnis ini dikarenakan semakin hari, semakin banyak masyarakat yang sadar untuk memiliki gaya hidup sehat sehingga masyarakat tersebut tidak lagi menjadi kue tradisional atau jajanan pasar. Saat ini banyak kompetitor dan persaingan cukup tinggi, namun persaingan masih batas wajar. Kompetitor Vitadeli *Bakery* Bandung adalah *Tous Les Jours* dan *Sukha Delight*. Produk utama yang dijual di Vitadeli *Bakery* Bandung ada *sandwich*, *cake*, *tea*, *chocolate*, dan *coffee*. Vitadeli *Bakery* Bandung memiliki banyak *supplier* sehingga tidak ketergantungan bahan baku dan relatif tidak terlalu terikat pada *supplier* yang menggunakan sistem kejar kuota.

2. Gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek pasar.

Pada Vitadeli *Bakery* Bandung, lebih banyak penawaran dari perusahaan daripada permintaan dari konsumen, sehingga perusahaan yakin bisa memenuhi seluruh kebutuhan konsumen. Secara keseluruhan, konsumen Vitadeli *Bakery* Bandung merasa puas pada produk Vitadeli *Bakery* Bandung. Bentuk pasar produsen pada Vitadeli *Bakery* Bandung adalah pasar oligopoly dan bentuk pasar konsumen pada industri ini adalah pasar konsumen. Kondisi pasar pada Vitadeli *Bakery* Bandung saat ini jika dilihat dari permintaan dan penawaran belum terlalu baik, sehingga permintaan dan penawaran harus ditingkatkan, karena dengan menaikkan penawaran, permintaan juga akan meningkat. Produk makanan yang konsumen Vitadeli *Bakery* Bandung inginkan adalah produk kue. Produk minuman yang konsumen Vitadeli *Bakery* Bandung inginkan adalah produk kopi.

3. Gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek pemasaran.

Segmentasi geografis Vitadeli *Bakery* Bandung adalah kota Bandung, segmentasi demografisnya usia remaja hingga dewasa muda, jenis kelamin laki-laki dan perempuan, tingkat ekonomi menengah ke atas dan tingkat pendidikan menengah ke atas, segmentasi demografinya tinggal di kota Bandung, dan segmentasi psikografisnya gaya hidup sehat. Target pasar dari Vitadeli *Bakery* Bandung adalah pemasaran terpadu. Posisi produk Vitadeli *Bakery* Bandung di pasar adalah di antara *market leader* dan *market follower*. Mayoritas konsumen Vitadeli *Bakery* Bandung berusia 21-30 tahun, berjenis kelamin perempuan, berpenghasilan  $\leq$  Rp2.000.000,00 per bulan, pendidikan terakhir adalah tamat SMA/ sederajat, bertempat tinggal di Kota Bandung. Mayoritas konsumen Vitadeli *Bakery* Bandung memilih Vitadeli *Bakery* Bandung karena harganya yang terjangkau dan sesuai dengan produk, dan kualitasnya. Saat ini promosi yang sudah berjalan adalah dengan mempromosikan produk lewat sosial media, yaitu Instagram melalui *food blogger*. Jalur distribusi Vitadeli *Bakery* Bandung adalah 100% produsen langsung ke konsumen.

4. Gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek manajemen.

Pendekatan yang digunakan Vitadeli *Bakery* Bandung dalam menyusun perencanaan bisnis adalah dengan pendekatan dari atas ke bawah. Vitadeli *Bakery* Bandung memiliki struktur organisasi garis dan pendelegasian tugas ada organisasi ini berbentuk sentralisasi wewenang. Setiap divisi yang ada di Vitadeli *Bakery* Bandung sudah memiliki standar operasi prosedur masing-masing. Cara pemilik Vitadeli *Bakery* Bandung dalam memotivasi karyawan adalah dengan banyak berkomunikasi dengan karyawan, memberikan *briefing*, *equipping*, dan *training*. Dalam mengambil keputusan, di Vitadeli *Bakery* Bandung tetap keputusan diambil oleh pemilik. Tipe kepemimpinan yang digunakan oleh pemilik Vitadeli *Bakery* Bandung adalah *autocratic*. Vitadeli *Bakery* Bandung sudah memiliki *internal control* dan audit.

5. Gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek sumber daya manusia.

Cara Vitadeli *Bakery* Bandung mencari sumber daya manusia adalah dari membuka lowongan pekerjaan, mencari karyawan dengan bertanya kepada teman dan kerabat pemilik, dan dari agen lowongan pekerjaan. Kriteria penyeleksian sumber daya manusia adalah kriteria jujur, pekerja keras, berintegritas dan berpengalaman di bidangnya. Produktivitas karyawan Vitadeli *Bakery* Bandung dinilai setiap akhir tahun dan akan menentukan kenaikan gaji. Pengembangan karir karyawan Vitadeli *Bakery* Bandung berupa jenjang karir. Aturan dalam pemutusan hubungan kerja di Vitadeli *Bakery* Bandung adalah kontrak yang telah disetujui kedua belah pihak. Kompensasi yang diberikan Vitadeli *Bakery* Bandung kepada karyawan tetap pada pemutusan hubungan kerja adalah pesangon.

6. Gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek teknis dan produksi.

Vitadeli *Bakery* Bandung sudah memiliki *standard recipe*. *Layout* Vitadeli *Bakery* Bandung dirancang dengan pertimbangan tempat produksi dan tempat menjual menjadi satu tempat dengan tujuan produk-produk yang dihasilkan masih *fresh* saat sampai di tangan konsumen. Vitadeli *Bakery* Bandung sudah memiliki *Standard Operating Procedure*. Jadwal produksi sudah ada di Vitadeli *Bakery* Bandung dan sejauh ini masih baik, namun apabila *shift* pertama terlambat, maka *shift* selanjutnya juga akan terlambat. Untuk penanganan produk yang cacat, akan langsung dibuang.

7. Gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek finansial.

Sumber modal Vitadeli *Bakery* Bandung adalah modal pribadi pemilik dengan tabungan dan deposito. Persiapan awal investasi yang dilakukan pemilik adalah dengan tabungan dan deposito. Dari hasil analisis rasio keuangan dengan Laporan Neraca Vitadeli *Bakery* Bandung per Mei 2019 dan Laporan Laba Rugi Vitadeli *Bakery* Bandung per Mei 2019, dapat ditarik kesimpulan bahwa keuangan Vitadeli *Bakery* Bandung tergolong sehat karena perusahaan memiliki laba, memiliki kas, dan perusahaan dapat dilanjutkan.

8. Gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek lingkungan.

Keadaan ekonomi saat ini yang berpengaruh kepada Vitadeli *Bakery* Bandung dikarenakan pasca pemilu dan puasa, sehingga berdampak pada permintaan konsumen yang kurang bagus dan kemampuan beli konsumen menjadi sangat kecil. Kestabilan politik saat ini yang berpengaruh pada Vitadeli *Bakery* Bandung dikarenakan pasca pemilihan umum. Kondisi regulasi di industri ini juga tidak terlalu baik karena keadaan ekonomi dan politik tidak bagus. Namun kondisi regulasi dalam membuat izin usaha dan pajak usaha lebih baik dan lebih jelas dari sebelumnya.

9. Gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek hukum.

Bentuk badan usaha dari Vitadeli *Bakery* Bandung adalah perseorangan atau perusahaan pribadi. Vitadeli *Bakery* Bandung sudah memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan, Tanda Daftar Perusahaan, Nomor Pokok Wajib Pajak, perizinan dari departemen tenaga kerja, perizinan dari Pemerintahan Daerah Setempat, sudah mendaftarkan karyawan ke BPJS Ketenagakerjaan, melapor ke kantor pajak setempat, memiliki sertifikasi BPOM, dan Halal MUI. Pemilik sudah mendaftarkan nama dan merk Vitadeli *Bakery* Bandung (hak paten) pada kelas 35.

10. Kontribusi Kelayakan Bisnis pada Vitadeli *Bakery* Bandung terhadap Wisata Kuliner.

Vitadeli *Bakery* Bandung dinilai berkontribusi terhadap wisata kuliner karena bisa menjadi destinasi baru, terkhusus untuk wisatawan yang ingin menikmati *healthy bakery* dan menu kolaborasi modern dan tradisional.

11. Kelayakan bisnis usaha Vitadeli *Bakery* Bandung.

Berdasarkan hasil penelitian pada studi kelayakan bisnis yang dianalisis berdasarkan aspek industri, aspek pasar, aspek pemasaran, aspek manajemen, aspek sumber daya manusia, aspek teknis dan produksi, aspek finansial, aspek lingkungan dan aspek hukum, Vitadeli *Bakery* Bandung dinilai layak dan Vitadeli *Bakery* Bandung dinilai berkontribusi terhadap wisata kuliner sehingga bisnis dapat dilanjutkan dan dikembangkan.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Praktis

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, beberapa saran yang bisa dijadikan pertimbangan Vitadeli *Bakery* Bandung dalam melanjutkan dan mengembangkan bisnis, yaitu:

1. Lebih gencar dalam mempromosikan produk utama, yaitu *healthy bakery*, agar penjualan meningkat dan ciri khas dari Vitadeli *Bakery* Bandung lebih dikenal konsumen.
2. Membuat produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen agar permintaan meningkat dan mengurangi produk yang terbuang.
3. Lebih tegas dalam mengontrol kualitas agar produk lebih baik, tidak ada yang cacat dan mengurangi produk yang terbuang.
4. Mulai mencari alternatif untuk bungkus kemasan dan kantong plastik yang ramah lingkungan.
5. Mengembangkan resep yang dijaga kerahasiaan dan kualitasnya agar pesaing tidak mudah masuk.
6. Memperluas jalur distribusi ke hotel dan catering yang mempunyai konsep *healthy food*.
7. Bergabung dengan komunitas perusahaan yang memiliki konsep *healthy food*.
8. Memperkuat promosi lewat sosial media dengan membuat konten *healthy food* dan *healthy living* di media sosial yang bisa disebarluaskan sehingga dikenal luas oleh masyarakat.
9. Lebih gencar dalam mengekspansi pasar pada konsumen yang berusia 21-30 tahun, seperti menggunakan aplikasi *delivery online*, agar penjualan meningkat.
10. Vitadeli *Bakery* Bandung sebaiknya meningkatkan produk makanan pada kategori kue, namun tetap dengan konsep *healthy food*.
11. Meningkatkan penjualan pada daerah kota Bandung Utara, kota Bandung Barat, kota Bandung Selatan, dan Kota Cimahi.
12. Mencari lebih banyak sumber daya manusia dengan pendidikan terakhir SMA/ sederajat yang terampil pada *product staff* karena cenderung lebih lama masa kerjanya.

### 5.2.2 Saran Akademis

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, beberapa saran yang bisa digunakan untuk bahan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan mengganti *brand bakery*, terutama *bakery* yang memiliki konsep yang berbeda dan baru buka dalam 2 tahun terakhir.
2. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan mengganti *brand bakery*, terutama pada pesaing yang memiliki konsep yang sama, yaitu LULA Bakery & Coffee dan Mom's Artisan Bakery
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai perbandingan bahan baku luar negeri dan bahan baku dalam negeri pada *healthy bakery*.
4. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai dengan persentase ketergantungan pada produk luar negeri terutama pada penekanan biaya akibat nilai dollar yang fluktuatif pada *healthy bakery*.