

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil dari analisa, pembahasan dan penelitian yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya sebagai berikut:

1. Visi dan Misi

Visi misi yang telah penulis rumuskan pada pembahasan sudah mencakup beberapa kriteria dari visi dan misi yang baik, sebagai berikut:

- a) mendefinisikan apa organisasi itu dan apa yang dicita-citakan organisasi;
- b) Cukup terbatas untuk mengecualikan beberapa usaha dan cukup luas untuk memungkinkan pertumbuhan kreatif;
- c) membedakan organisasi tertentu dari yang lain;
- d) berfungsi sebagai kerangka kerja untuk mengevaluasi kegiatan saat ini dan prospektif, dan;
- e) dinyatakan dalam istilah yang cukup jelas untuk dipahami secara luas di seluruh organisasi.

Dapat disimpulkan bahwa perusahaan sudah memiliki visi dan misi perusahaan yang baik untuk menjalankan perusahaannya.

2. Analisis Internal

Berdasarkan hasil identifikasi dari data-data yang didapatkan atas faktor-faktor internal Erly's Kue ditemukan beberapa kekuatan dan kelemahan. Melalui analisis dan hasil perhitungan menggunakan metode *Internal Factor Evaluation* (IFE) didapatkan total skor sebesar 3,19, dengan angka tersebut menyatakan bahwa kondisi internal perusahaan berada pada posisi yang kuat dan perusahaan mampu memaksimalkan kekuatan yang dimiliki perusahaan

Kekuatan yang dimiliki perusahaan didapatkan dari kekuatan produk dengan memperhatikan cita rasa dan kualitas yang tinggi, keberagaman produk

yang ditawarkan, dan kapasitas produksi produk yang tinggi yang tinggi, dan *quality control* yang baik.

3. Analisis Eksternal

Berdasarkan hasil identifikasi dari data-data yang didapatkan atas lingkungan eksternal Erly's Kue ditemukan beberapa peluang dan ancaman. Melalui analisis dan hasil perhitungan menggunakan metode *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) didapatkan total skor sebesar 3,34, dengan angka tersebut menyatakan bahwa perusahaan berada pada posisi yang bagus dalam menangkap dan merespons peluang dan ancaman yang sedang dihadapi perusahaan.

Peluang yang dimiliki perusahaan didapatkan dari peluang atas pemesanan skala besar yang sering dilakukan oleh konsumen, dan meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat yang terus meningkat setiap tahunnya.

4. Strategi yang sesuai

Strategi mengembangkan produk (*Product Development*) dengan melakukan inovasi, variasi, dan peningkatan kuantitas produksi dapat dijadikan strategi alternatif yang dapat diimplementasikan dari *product development* yang didapat dari skor senilai 5,89 dari hasil penghitungan matriks QSPM. Strategi ini dapat dianggap sebagai strategi yang paling efektif untuk diterapkan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dalam menghadapi ancaman dan kelemahan sekaligus memperkuat daya saing perusahaan atas pesaing.

Strategi alternatif lainnya yang cocok untuk diimplementasikan oleh perusahaan berdasarkan nilai penghitungan matriks QSPM adalah strategi *Market Penetration*, *market development*, dan *Horizontal Integration*.

5.2. Saran

Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan hasil akhir berupa strategi yang paling sesuai dengan kondisi perusahaan, strategi pengembangan produk mendapatkan nilai tertinggi dari hasil pembobotan melalui matriks QSPM dibandingkan dengan alternatif strategi lainnya, maka penulis akan menyarankan turunan strategi dari strategi pengembangan produk, sebagai berikut:

1. Produk

- 1) Melakukan inovasi produk dengan mengembangkan produk yang sudah ada dengan cita rasa dan varian produk baru untuk meningkatkan dan mempertahankan dengan tetap meningkatkan kualitas produk.
- 2) Menambahkan produk-produk kudapan modern yang dicari dan dibutuhkan oleh konsumen.

2. Operasional

- 1) Melakukan peningkatan jumlah unit sarana dan prasarana khususnya pada proses produksi seperti *mixer* untuk meningkatkan jumlah maksimum kapasitas produksi.
- 2) Melakukan kontrak kerja sama antara perusahaan dan pemasok untuk menekan biaya produksi dan mengurangi risiko perubahan harga bahan baku.
- 3) Meningkatkan kualitas pelayanan dengan melakukan pelatihan pelayanan karyawan terhadap konsumen dan pengawasan di lapangan untuk membentuk budaya di lingkungan kerja.
- 4) Melakukan penilaian penjualan terhadap menu yang dimiliki perusahaan dengan menggunakan *menu management* untuk mengetahui produk yang memberikan nilai lebih pada penjualan perusahaan, sekaligus mengoptimalkan *food cost*.
- 5) Memperketat kontrol jumlah produk yang di produksi untuk mengurangi produk yang tidak laku terjual dan kedaluwarsa untuk mengurangi dan menekan biaya produksi yang tinggi.

3. Pemasaran

- 1) Memanfaatkan platform seperti Go-Jek, Grab, ShopeeFood, dan platform lainnya untuk meningkatkan jangkauan penjualan peluang bisnis yang ada.
- 2) Peningkatan promosi dengan memberikan promo agar nama perusahaan lebih dikenal oleh masyarakat dan memanfaatkan meningkatnya konsumsi masyarakat.

- 3) Memperluas wilayah operasional perusahaan ke daerah sekitar seperti Cirebon, Kuningan, dan subang untuk meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak pemesanan dengan kuantitas besar.