

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis tentang strategi pengembangan usaha Mala *Cake and Cookies* dalam meningkatkan daya saing, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan menganalisis keadaan faktor-faktor eksternal dan internal perusahaan dan perusahaan pesaing, maka dapat disimpulkan rencana jangka pendek, rencana jangka menengah, dan rencana jangka panjang, yang perlu dilakukan oleh perusahaan. Rencana tersebut yaitu:
 - Rencana jangka pendek (relatif singkat biasanya 1 tahun) yang perlu dilakukan adalah aktif mengelola periklanan dan promosi dengan memanfaatkan teknologi digital melalui media sosial, web, serta aktif mengikuti pameran/bazar, membuat/mengembangkan perencanaan kerja dan mengganti kemasan produk menjadi lebih baik lagi.
 - Perencanaan jangka menengah (berkisar 1-5 tahun) yang perlu dilakukan adalah menambah peralatan dalam proses produksi (oven, mixer, loyang, dll), menambah investasi usaha dan merencanakan jumlah tenaga kerja.
 - Perencanaan jangka panjang (perencanaan perluasan usaha untuk 5 tahun keatas) yang perlu dilakukan adalah melakukan forecasting/kegiatan meramalkan atau merencanakan permintaan

produk untuk suatu periode tertentu, menambah peluasan daerah pemasaran, menambah toko/menambah cabang.

2. Berdasarkan analisis SWOT usaha Mala *Cake and Cookies* berada pada kuadran 1 yaitu strategi pertumbuhan yang agresif. Artinya perusahaan memiliki kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada di luar perusahaan.
3. Alternatif strategi yang akan diterapkan oleh Mala *Cake and Cookies* yaitu strategi S-O dimana usaha tersebut dapat menciptakan strategi internal (kekuatan) seperti melakukan diferensiasi produk, mempertahankan rasa produk, dan penerapan metode pemasaran yang berbeda. Selain itu perusahaan juga dapat memanfaatkan strategi eksternal (peluang) seperti menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, memanfaatkan loyalitas pelanggan, dan melakukan promosi dengan memanfaatkan beberapa media untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
4. Dengan menganalisis SWOT dan *business plan*, maka dapat disimpulkan kekuatan daya saing perusahaan melalui teori Michael Porter yaitu fokus, diferensiasi produk, dan kepemimpinan biaya yang dimiliki perusahaan yaitu, penekanan dan efisiensi biaya, fokus terhadap segmen kecil pasar, dan diferensiasi produk dengan membuat produk baru.
5. Dari aspek pasar dan pemasaran, perusahaan memiliki peluang yang besar. Kesimpulan ini dilihat dari proyeksi perusahaan yang mengambil target pasar adalah masyarakat yang berada di Kecamatan Margahayu dengan asumsi berdasarkan tingkat inflasi 0,71% per tahunnya. Berdasarkan jumlah

permintaan pada pasar yang baru meningkat dua kali lipat, maka rencana produksi pun akan ditingkatkan. Adapun jumlahnya permintaan akan mengalami peningkatan 2% pada setiap tahunnya dengan jumlah penawaran sebesar 10%.

6. Dari aspek teknis/operasi, Mala *Cake and Cookies* menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Untuk mendukung kebutuhan perusahaan akan differensiasi produk yang akan dibuat, maka perusahaan membutuhkan dukungan alat-alat dan mesin-mesin yang berteknologi canggih dan biaya operasional yang lebih tinggi.
7. Dari aspek manajemen/organisasi, Mala *Cake and Cookies* memerlukan beberapa karyawan tambahan untuk meningkatkan kualitas manajemen di perusahaan. Pembagian tugas dan uraian tugas merupakan inovasi baru di perusahaan ini. Dengan adanya rencana tersebut maka dibutuhkan 3 karyawan tambahan. Deskripsi pembagian tugas tersebut antara lain CEO sebagai orang yang akan memimpin perusahaan, CFO adalah orang yang akan bertanggungjawab dalam pencatatan dan administrasi perusahaan, CMO adalah orang yang akan bertanggungjawab dalam pemasaran perusahaan, dan COO adalah orang yang akan bertanggungjawab dan memimpin jalannya proses produksi sampai produk sampai kepada konsumen. COO juga akan membawahi 3 karyawan dibawahnya sebagai pendukung jalannya proses produksi.
8. Dari aspek keuangan, Mala *Cake and Cookies* memerlukan modal yang akan diperoleh dari modal perusahaan dan modal asing. Dari kriteria investasinya maka diperoleh hasil bahwa perusahaan memiliki payback

period sebesar 2,47 yang artinya perusahaan akan mampu melunasi kreditnya dalam rentang waktu sekitar 2 tahun 4 bulan 7 hari. Dilihat dari *Net Present Value* (NPV) nya perusahaan memperoleh hasil sebesar 468,128,500 yang artinya layak, dan IRR 42,91% lebih besar dari tingkat bunga, serta PI yang dihasilkan 15,1 kali yang artinya usulan bisnis dapat diterima karena $PI > 1$ dikatakan menguntungkan.

9. Dilihat dari strategi pemasaran (*Marketing Mix*), strategi produk Mala Cake and Cookies direncanakan akan melakukan diferensiasi dari produk yang telah diproduksi sebelumnya, yaitu dengan membuat berbagai macam menu cake antara lain cake peuyeum Mozarella, Ganeva Cake, Pandan Kaya Cake. Selain itu juga akan dilakukan penggantian kemasan produk. Strategi harga yang ditetapkan terjangkau bagi kalangan menengah kebawah dengan kualitas bagus dan kuantitas yang sesuai. Strategi promosi yang digunakan melalui word of mouth, diskon dan voucher, serta menggunakan media sosial/ internet. Strategi saluran distribusi yang digunakan oleh usaha Mala Cake and Cookies yaitu langsung kepada konsumen akhir dan reseller. Sedangkan lokasi pembukaan toko direncanakan akan dibuka di Soreang, Kabupaten Bandung.
10. Peran Koperasi Sukses Bersama banyak membantu para anggotanya dalam hal pengembangan usaha anggota antara lain, menyediakan bahan baku dengan harga murah, jaminan pasokan bahan baku yang selalu tersedia, pinjaman dana usaha dan pelatihan produksi dan manajemen bagi anggota.

5.2 Saran

1. Usaha Mala *Cake and Cookies* telah memiliki kekuatan dan peluang untuk pengembangan usahanya. Usaha Mala *Cake and Cookies* harus mampu memanfaatkan kekuatan perusahaan dan peluang yang ada agar perusahaan dapat memenangkan persaingan. Proyeksi modal dan profit yang dimiliki perusahaan hendaknya menjadi motivasi perusahaan untuk terus menciptakan konsep bisnis yang inovatif agar dapat terus bersaing dan bisa menambah perluasan pasar. Masalah pemasaran dan pengenalan produk menjadi kunci utama yang harus diperhatikan karena metode pemasaran dan diferensiasi produk Mala *Cake and Cookies* yang digunakan masi baru dan berbeda sehingga perlu adanya keseriusan pelaksanaan pengembangan usaha ini.
2. Koperasi melakukan perubahan nominal simpanan wajib, agar keadaan permodalan Koperasi Sukses Bersama semakin baik dan koperasi semakin berkembang.

IKOPIN