

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian mengenai strategi pengembangan usaha Mie Ayam Comal 55 dalam upaya meningkatkan volume penjualan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari aspek pasar dan pemasaran secara kuantitatif menunjukkan adanya peluang pasar yang cukup baik bagi usaha Mie Ayam Comal 55. Hal ini dapat dilihat dari permintaan dan penawaran yang ada dengan asumsi mengalami kenaikan 6% setiap tahunnya. Untuk merebut pangsa pasar yang ada usaha Mie Ayam Comal 55 menggunakan strategi bersaing yaitu *Segmenting*, *Targetting*, dan *Positioning*. Target pasar usaha ini menasar semua kalangan yang memang menyukai mie ayam dengan harga yang terjangkau dan kualitas bahan baku yang berkualitas. Target pasar usaha ini adalah masyarakat yang berada di Kecamatan Comal dan Kecamatan Bodeh. Konsumen diasumsikan sebesar 3% dari total masyarakat dari 2 Kecamatan tersebut. Dilihat dari strategi pemasaran (*Marketing Mix*), strategi produk Mie Ayam direncanakan akan melakukan diferensiasi dari produk. Strategi harga yang ditetapkan juga terjangkau bagi semua kalangan dengan kualitas produk yang bagus. Strategi promosi yang digunakan melalui *Word of Mouth* dan memberikan bonus kepada konsumen dengan pembelian tiga bungkus pada saat pertama menjual produk barunya yaitu mie ayam goreng, serta menggunakan media sosial. Strategi saluran

distribusi yang digunakan oleh usaha Mie Ayam Comal 55 yaitu langsung kepada konsumen akhir.

2. Dilihat dari aspek teknis/operasi Mie Ayam Comal 55 menggunakan bahan baku yang berkualitas. Untuk mendukung perusahaan akan differensiasi produk yang akan dibuat, maka perusahaan membutuhkan dukungan perlengkapan warung dan biaya operasional yang lebih tinggi. Kapasitas produksi mie ayam, mie ayam goreng, mie ayam siomay dan mie ayam batagor didasarkan pada kemampuan perusahaan dalam memproduksi. Dari aspek teknik/operasi dapat dikatakan layak apabila kebutuhan bahan baku dan bahan pembantu mudah didapatkan dan proses produksi Mie Ayam Comal 55 sesuai dengan alur proses produksi yang telah dirumuskan.
3. Dilihat dari aspek manajemen dan organisasi usaha Mie Ayam Comal 55 berencana akan meningkatkan kualitas manajemen perusahaan, dengan pembagian tugas yang merata dan sesuai dari kemampuan sumber daya manusianya. Pembagian tugas dan uraian tugas merupakan inovasi baru di perusahaan ini. Pada usaha tersebut membutuhkan satu orang sebagai direktur yang akan bertanggung jawab atas semua kegiatan yang akan dilaksanakan. Kemudian dibutuhkan satu orang bagian keuangan yang mempunyai tanggung jawab untuk mengelola keuangan yang ada pada perusahaan. Kemudian dibutuhkan satu orang yang akan bertanggung jawab bagian pemasaran yang akan bertanggungjawab dalam pemasaran dari perusahaan. Dan dibutuhkan dua orang bagian operasional yang akan bertanggung jawab pada proses produksi

sampai produk ke tangan konsumen, yang akan dibantu oleh delapan orang karyawan.

4. Dilihat dari kriteria investasi usualn proyek usaha Mie Ayam Comal 55 dapat diterima dengan PP 1 tahun 3 bulan 4 hari. NPV yang dihasilkan positif yaitu Rp 1.118.341.755, dan IRR 78,82% lebih besar dari tingkat bunga, serta PI yang dihasilkan 3,2 kali yang artinya usulan bisnis dapat diterima karena  $PI > 1$  dikatakan menguntungkan.
5. Berdasarkan analisis SWOT usaha Mie Ayam Comal 55 berada pada kuadran I yang merupakan situasi menguntungkan yaitu strategi agresif. Dengan strategi agresif ini memungkinkan perusahaan terus bergerak dalam memanfaatkan peluang yang ada pada perusahaan dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan.
6. Strategi alternatif yang akan diterapkan oleh usaha Mie Ayam Comal 55 yaitu strategi S-O, dimana usaha tersebut dapat menciptakan strategi kekuatan dengan diferensiasi produk sesuai dengan kemampuan perusahaan dan juga kemauan dari konsumen agar konsumen tidak bosan dan bisa menambah konsumen menjadi lebih loyal. Selain itu perusahaan juga dapat menambah metode pemasaran dengan memanfaatkan teknologi diimbangi dengan masyarakat yang semakin paham dengan teknologi.

## 5.2 SARAN

Berdasarkan hasil dari studi kelayakan bisnis dari aspek pemasaran dan pengenalan produk menjadi kunci utama yang harus diperhatikan karena adanya diferensiasi produk baru pada usaha Mie Ayam Comal 55 dan metode pemasaran

yang akan dijalankan untuk kedepannya memerlukan pemasaran yang unik dan menarik untuk bisa merebut hati konsumen sehingga perlu adanya keseriusan dalam pelaksanaan pengembangan usaha Mie Ayam Comal 55 dan untuk diferensiasi produk disarankan menambah menu lain tidak hanya mie ayam dan mie ayam goreng saja tetapi juga bisa menambah menu seperti mie ayam siomay dan mie ayam batagor. IFAS dan EFAS usaha Mie Ayam Comal 55 harus mampu memanfaatkan kekuatan perusahaan dan peluang yang ada agar perusahaan dapat bersaing dengan pesaing yang sejenis usahanya.



IKOPIN