

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian penulis tentang strategi pengembangan usaha Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet dalam meningkatkan daya saing, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal perusahaan, dapat digambarkan analisis diagram SWOT dimana perusahaan berada di kuadran 1 yaitu Agresif. Artinya perusahaan memiliki kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada di luar perusahaan.
2. Alternatif strategi yang akan diterapkan oleh Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet 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.
3. Dengan menganalisis SWOT dan kelayakan bisnis, maka dapat disimpulkan kekuatan daya saing perusahaan melalui teori Michael Porter yaitu fokus, diferensiasi produk, dan kepemimpinan biaya yang dimiliki.

4. perusahaan yaitu, penekanan dan efisiensi biaya, fokus terhadap segmen kecil pasar, dan diferensiasi produk dengan membuat menu 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 berda di Kecamatan Manisrenggo dan dua kecamatan di sekitarnya. Konsumen diasumsukan sebesar 3% dari total masyarakat 3 kecamatan yang naik 6% setiap tahunnya. Besarnya presentase tersebut dihitung dengan kenaikan pertumbuhan penduduk. Dari total presentase tersebut diperoleh hasil pangsa pasar sebesar 35% dengan menghitung jumlah total permintaan dan penawaran.
6. Dari aspek teknis/operasi, Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Untuk mendukung kebutuhan perusahaan akan differensiasi produk yang akan dibuat, maka perusahaan membutuhkan dukungan alat-alat kedai dan biaya operasional yang lebih tinggi.
7. Dari aspek manajemen/organisasi, Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet 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 ddalam 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 4 karyawan dibawahnya sebagai pendukung jalannya proses produksi.

8. Dari aspek keuangan, Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet memerlukan modal yang akan diperoleh dari modal perusahaan dan modal asing. Dalam proyeksi kebutuhan perusahaan, maka diperoleh presentase bahwa perusahaan akan meminjam kredit modal sebesar 28% dari total modal yang dibutuhkan. Dilihat dari kriteria investasinya maka diperoleh hasil bahwa perusahaan memiliki payback period sebesar 1,36 yang artinya perusahaan akan mampu melunasi kreditnya dalam rentang waktu sekitar 1 tahun 3 bulan 6 hari. Dilihat dari *Net Present Value* (NPV) nya perusahaan memperoleh hasil sebesar 612.355.531 yang artinya layak, dan IRR 71,0047% lebih besar dari tingkat bunga, serta PI yang dihasilkan 2,8 kali yang artinya usulan bisnis dapat diterima karena $PI > 1$ dikatakan menguntungkan.
9. Posisi daya saing Usaha Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet dikatakan sudah melaksanakan semua strategi Michael Porter yaitu Fokus, Diferensiasi, dan Kepemimpinan Biaya Keseluruhan karena perusahaan mempunyai strategi untuk terus berinovasi.
10. Strategi pemasaran Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet juga akan diperbaiki dan ditingkatkan. Salah satu metode strategi pemasarannya adalah dengan differensiasi produk, antara lain mengeluarkan menu baru yaitu Mie Ayam

Go dan Mie Ayam Sehat (MieAyam Pelangi). Selain itu perusahaan juga akan melayani *delivery*. Strategi promosi yang akan diterapkan yaitu dengan cara *word of mouth*, brosur, akun khusus di sosial media, dan pemberian kupon/diskon khusus untuk *loyal consumer*.

11. Peran Koperasi Mukti Abadi Boga dalam mendukung usaha-usaha anggotanya yaitu dengan menyediakan kredit modal usaha, pelatihan produksi bagi anggota dan bantuan peralatan.

12. Strategi pengembangan Koperasi Mukti Abadi Boga yaitu dengan meningkatkan kualitas anggota dengan mengadakan pelatihan-pelatihan seperti pelatihan administrasi koperasi dan cara mengelola koperasi. Selain itu koperasi juga berencana untuk membentuk jenis usaha baru untuk menjadi etalase bagi produk-produk anggota.

5.2. SARAN

1. Usaha Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet telah memiliki kekuatan dan peluang untuk pengembangan usahanya. Proyeksi modal dan profit yang dimiliki perusahaan hendaknya menjadi motivasi perusahaan untuk serius dalam pelaksanaannya dan berani keluar dari kebiasaan lamanya untuk berinovasi menjadi konsep bisnis yang lebih modern.
2. Peran koperasi sangatlah penting dalam pemberdayaan anggotanya, maka peningkatan kualitas SDM, khususnya pengurus menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi oleh koperasi. Hendaknya, bukan hanya koperasi yang berusaha memberdayakan anggotanya. Namun juga anggota yang ingin terus memberdayakan koperasinya.