

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Seluruh data yang sudah penulis dapatkan melalui kegiatan observasi dan wawancara akan disimpulkan pada bab ini beserta dengan saran-saran yang akan diberikan kepada pemilik toko ‘Sari Rasa 888’ sebagai hasil dari penelitian ini.

#### **6.1 Kesimpulan**

Kesimpulan berikut ini akan menjawab pertanyaan pada indentifikasi masalah penelitian skripsi ini:

1. Strategi bersaing yang selama ini digunakan oleh toko ‘Sari Rasa 888’ dalam menjalankan usahanya secara umum ialah strategi diferensiasi. Diferensiasi yang digunakan ialah diferensiasi produk yang ditawarkan, Toko ‘Sari Rasa 888’ memiliki produk unggulan yang berbeda dari toko pesaing. Strategi ini dilakukan oleh pengelola toko ‘Sari Rasa 888’ sebab pada lingkungan sekitarnya sudah sangat banyak pesaing yang menawarkan produk sejenis dengan harga yang cukup bersaing. Strategi ini dinilai berhasil karena pemilik mengatakan bahwa setiap harinya target penjualan rata-rata bisa tercapai.
2. Faktor internal dan eksternal dari toko ‘Sari Rasa 888’ memiliki pengaruh bagi strategi kebijakan bersaing di toko ini sendiri. Faktor internal dan eksternal

memiliki fungsinya masing-masing, dari kegiatan di dalam maupun luar perusahaan yang sudah dilakukan oleh toko 'Sari Rasa 888' memberikan dampak yang berbeda-beda bagi pengambilan keputusan strategi yang akan di implementasikan pada toko 'Sari Rasa 888'. Setiap keputusan memiliki risikonya sendiri, maka itu pengelola toko 'Sari Rasa 888' tidak menggebu-gebu dalam mengambil keputusan dan selalu melihat risiko yang akan terjadi pada setiap aspek bisnis di toko 'Sari rasa 888'.

3. Strategi bersaing yang tepat bagi toko 'Sari Rasa 888' untuk masa mendatang ialah '*Low Cost Provider*' atau penyedia biaya terendah. Startegi ini didukung dengan ciri-ciri dari hasil analisis SWOT yaitu persaingan harga yang ketat, produk tersedia dari banyak pemasok, pembeli menggunakan produk dengan cara yang sama, pembeli memiliki daya tawar yang signifikan. Ciri-ciri ini merujuk kepada strategi '*Low Cost Provider*' bagi sebuah perusahaan yang biaya keseluruhannya rendah, toko 'Sari Rasa 888' memiliki biaya keseluruhan yang rendah karena tidak memproduksi produk secara mandiri setiap hari melainkan hanya pada saat-saat tertentu saja.

## 6.2 Saran

Beberapa saran bagi toko ‘Sari Rasa 888’ yang dapat penulis berikan merupakan hasil analisis Matriks SWOT pada bab sebelumnya guna mencapai tujuan dari kegunaan penelitian ini ialah:

1. Pemasangan plang papan nama di depan toko ‘Sari Rasa 888’ dirasa akan sangat efektif dalam menarik perhatian konsumen, hal ini dilakukan sekaligus guna mempromosikan toko ‘Sari Rasa 888’ kepada calon konsumen dari dalam maupun luar kota. Selain plang papan nama, brosur juga butuh disebar di hotel-hotel di Cirebon untuk menginformasikan keberadaan Toko ‘Sari Rasa 888’ dan produk yang ditawarkan.
2. Produk unggulan yang menjadi primadona di toko ‘Sari Rasa 888’ dikemas secara menarik untuk menarik perhatian calon konsumen. Misalnya pada hari raya Imlek, membuat paket khusus yang berisikan 2 bungkus ronde jahe, 2 dodol, dan 2 bakcang. Tidak lupa untuk menempelkan stiker merk ‘Sari Rasa 888’ pada masing-masing produk agar *branding* Toko ‘Sari Rasa 888’ lebih diingat oleh konsumen.
3. Tampak muka toko yang dipenuhi dengan pedangang kaki lima sehingga menjadi gelap dan kumuh dianggap tidak menarik oleh konsumen, strategi

terbaik ialah pemilik toko berbicara dengan para pedagang kaki lima secara sopan dan dengan alasan yang jelas agar mereka mau memindahkan lapaknya dari depan toko 'Sari Rasa 888'.

4. Melakukan *collective activities* yang dilakukan oleh para pelaku usaha di sekitar Jl. Kanoman, Kota Cirebon, untuk bergabung membentuk asosisasi agar dapat meminta pemerintah untuk mengembangkan Pasar Kanoman menjadi pasar budaya untuk menonjolkan ciri khas Kota Cirebon kepada para pengunjung dan wisatawan dari luar daerah Cirebon.

## Daftar Pustaka

- Ade. (2019, Agustus 27). *Target 2 Juta Wisatawan ke Kota Cirebon Masih Jauh*. Retrieved from <https://radarcirebon.com>: <https://radarcirebon.com/target-2-juta-wisatawan-ke-kota-cirebon-masih-jauh.html>
- Akbar Riswandi, H. T. (2016). Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan (Studi Pada Rumah Makan Darisa Cafe Campus). *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 295.
- Akbar, P., & Usman, H. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- BPS Provinsi Jawa Barat. (2016). *Jumlah Penduduk Kabupaten/ Kota di Jawa Barat Tahun 2010 - 2015*. Retrieved from <http://pusdalisbang.jabarprov.go.id>: <http://pusdalisbang.jabarprov.go.id/pusdalisbang/data-94-Kependudukan.html>
- Christensen, L. A. (1965). *Business Policy : Text and Cases*. Homewood.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management : Concept and Cases*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Fitriadi, B., Soekarto, & Sunarti. (2013). STRATEGI BERSAING: SUATU KAJIAN PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN GUNA MERAHAI KEUNGGULAN KOMPETITIF . *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang* , 1.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). (2018). *2018, Jumlah Penduduk Indonesia Mencapai 265 Juta Jiwa*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id>: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/05/18/2018-jumlah-penduduk-indonesia-mencapai-265-juta-jiwa>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson.
- Prihatsanti, U., Suryanto, & Hendrian, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi 2018, Vol. 26, No.2, 126-136, 127*.

- Priherdityo, E. (2016, 04 01). *Destinasi Wisata Menjanjikan itu Bernama Cirebon*. Retrieved 11 22, 2019, from [www.cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160401060852-269-120906/destinasi-wisata-menjanjikan-itu-bernama-cirebon](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160401060852-269-120906/destinasi-wisata-menjanjikan-itu-bernama-cirebon)
- Prof. Dr. Husaini Usman, M. M., & Purnomo Setiady Akbar, M. (2014). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Radar Cirebon. (2016, 10 12). *Kota Cirebon Punya 10 Pasar, Setahun PAD Cuma 200 Juta*. Retrieved from <https://www.radarcirebon.com>:  
<https://www.radarcirebon.com/kota-cirebon-punya-10-pasar-setahun-pad-cuma-rp200-juta.html>
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ray H. Garrison, E. W. (2013). *Akuntansi Manajerial, Edisi 14-Buku 1*. Jakarta: Penerbit Salemba empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 48.
- Subagyo, D. P. (2000). *Manajemen Operasi. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Sutrisno. (2012). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prof. Dr. Moestopo Beragama.