

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang sudah penulis dapatkan dalam melakukan penelitian Evaluasi Strategi Bersaing Restoran Suis Butcher dan akan dijabarkan pula saran dari penulis terhadap kesimpulan yang telah didapatkan.

6.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan yang didapatkan untuk menjawab pertanyaan pada identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Strategi yang digunakan oleh Suis Butcher selama ini adalah *Cost Leadership Strategy*. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, perusahaan menyatakan dirinya harus unggul dalam hal persaingan harga dan mendapatkan tingkat keuntungan pasar yang diatas rata-rata. Terbukti bahwa Suis Buther menawarkan produknya dengan harga yang terjangkau dibandingkan para pesaing di industrinya. Strategi ini mampu membuat perusahaan bertahan hingga 35 tahun lamanya.
2. Strategi yang diterapkan oleh Suis Butcher selama ini dapat dikatakan sudah cukup efektif yang dibuktikan dengan adanya kenaikan penjualan selama tiga tahun terakhir yakni 2016, 2017 dan 2018. Akan tetapi, disisi lain perusahaan pun mempunyai harapan atas peningkatan jumlah pengunjung, sedangkan pada kenyataannya dalam tiga tahun terakhir Suis

3. Butcher mengalami penurunan. Apabila terdapat kenaikan penjualan yang disertai dengan kenaikan jumlah pengunjung maka penerapan strategi tersebut dapat dinilai lebih efektif dan optimal.
4. Dari beberapa analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, rekomendasi strategi bersaing yang dirasa cocok untuk Suis Butcher kedepannya adalah strategi *Best Cost Provider*.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa strategi yang digunakan oleh Suis Butcher selama ini yakni *cost leadership* memang sudah cukup efektif yang telah dibuktikan melalui peningkatan penjualan selama tiga tahun terakhir. Namun perusahaan masih harus mengembangkan strategi bersaing yang diterapkan tersebut agar lebih efektif dan optimal. Penulis merekomendasikan strategi *best cost provider* agar dapat memaksimalkan kualitas produk, layanan dan fasilitas Suis Butcher guna tercapainya harapan pelanggan. Berikut ini adalah beberapa saran yang diberikan, berdasarkan hasil kesimpulan yang didapatkan:

1. Meningkatkan kualitas produk, misalnya dengan memberikan inovasi dari setiap produk agar produk yang dihasilkan tidak monoton, adanya kesesuaian antara tampilan di menu dengan yang aslinya ataupun kesesuaian mengenai ukuran yang tertera di menu, menawarkan cita rasa yang sama antar setiap cabang Suis Butcher dan menyediakan beberapa daging yang *fresh* selain daging beku.

2. Meningkatkan fasilitas, misalnya dengan menyediakan berbagai pilihan metode pembayaran seperti go-pay, ovo, dana dan lainnya, menyediakan stop kontak yang cukup banyak, wifi yang kencang, menggunakan *air conditioner (AC)* pada ruangan tertutup dan juga lahan parkir yang cukup luas untuk para pelanggan.
3. Meningkatkan pelayanan, misalnya dengan memberikan jasa pelayanan yang ramah, sigap dan tanggap dalam hal melayani, menyajikan, ataupun memberikan informasi serta adanya pengawasan akan pemberian jasa tersebut oleh divisi terkait, memaksimalkan pemberian motivasi karyawan dengan adanya pemberian bonus ataupun mengadakan acara bersama seluruh karyawan. Suis butcher pun dapat menyebarkan *Guest Comment* kepada para pelanggan untuk menjadi bahan evaluasi sehingga kedepannya dapat lebih memenuhi harapan pelanggan.
4. Meningkatkan promosi, misalnya dengan cara memasang iklan di Instagram, melakukan *endorsement*, dan juga aktif serta *up to date* dalam menggunakan sosial media Instagram, facebook ataupun website perusahaan dengan konten yang menarik dalam hal menyampaikan informasi seputar diskon ataupun acara yang dilakukan oleh Suis Butcher.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardharsyah, Taufan. (2019). *Sebegini Parah Ternyata Masalah Sampah Plastik di Indonesia*. CNBN INDONESIA
- Assauri, S. (2016). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantage*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Ekonomi Indonesia Triwulan 2019 Tumbuh 5,05 Persen*. Dipetik 20 Oktober 2019, dari BPS: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/08/05/1621/ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2019-tumbuh-5-05-persen.html>
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Produk Domestik Bruto*. Dipetik 20 Oktober 2019, dari BPS: <https://www.bps.go.id/subject/11/produk-domestik-bruto--lapangan-usaha-.html>
- Bashori. (2017). *Strategi Kompetitif Dalam Lembaga Pendidikan*. Tadris .
- Bekraf. (2016). *Jumlah usaha Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Barat*. Dipetik 26 Agustus, 2019, dari bekraf: <http://data.bekraf.go.id/index.php?r=site%2Fpiesubsektor>
- Bekraf. (2019). *Tingkatkan Kontribusi Kuliner pada PDB Nasional, Bekraf gelar FSI 2019*. Dipetik 20 Oktober 2019, dari bekraf: <https://www.bekraf.go.id/kegiatan/detail/tingkatkan-kontribusi-kuliner-pada-pdb-nasional-bekraf-gelar-fsi-2019>
- BPPD Kota Bandung. (2019). *Data Restoran dan Rumah Makan di Wilayah Kota Bandung*.
- Budiatmoko, Y. (2019). *Analisis Strategi Cost Leadership Kedai Kopi Roemah mBah*. UNPAR.

- Bungkaes, H. R., Posumah, J. H., & Kiyai, B. (2013). Hubungan Efektivitas Pengelolaan Program Raskin dengan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Mamahan Kecamatan Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud. *Journal Acta Diurna*.
- David, F. R. (2001). *What Is Strategic Management* Prentice Hall.
- David, F. R. (2004). *Manajemen Strategis*. Jakarta: PT. Index.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategis: Konsep (Edisi 10)*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R. dan David, Forest R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred. R. (1998). *Concept of Strategic Management*. Prentice Hall. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Devina, M. (2017). Efektivitas Strategi Diferensiasi Sharon Bakery. UNPAR.
- Foris, P. J. & Mustamu, R. H. (2015). *Analisis Strategi Pada Perusahaan Plastik Dengan Porter Five Forces*. AGORA. Vol. 3.
- Hariadi, B. (2003). *Strategi Manajemen*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Hartawati, B. L. (2016). Retrieved from dictio: <https://www.dictio.id/t/apakah-yang-dimaksud-dengan-analisis-pestle/2270>
- <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-membatasi-impor-hanya-untuk-komoditas-dan-proyek-tertentu/>
- Ibrahim Ingga. (2009). *Pengaruh Lingkungan Eksternal, Lingkungan Internal, Strategi Kepemimpinan Biaya, Strategi Diferensiasi, terhadap Nilai Pelanggan, dan Keunggulan Bersaing*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*

- Irwin, M. G. (2010). *Strategic Management*. New York: The McGraw Hill Companies Inc.
- Jauch, L. R., & Glueck, W. F. (1995). *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nisak, Z. (2013). *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*. Jurnal Ekbis
- Porter, M. E. (1980). *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Porter, M. E. (1991). *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Inudstri dan Pesaing*.
- Porter, M. E. (1992). *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik membedah kasus bisnis analisis SWOT*. Jakarta: PT, Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandi, Nastia P.E. (2017). *Analisis Strategi Bersaing Nanny's Pavillion Bandung*. UNPAR.
- Sukendar, A. (2017). *Analisis Efektivitas Penerapan SNI Wajib Ubin Keramik Dengan Menggunakan AHP*. Jurnal Universitas Pasundan. Bandung

Wisdaningrum, O. (2013). *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Dalam Lingkungan Internal Perusahaan*. ANALISA, Vol.1