

KESIMPULAN & SARAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang sudah penulis dapatkan dalam melakukan penelitian Evaluasi Strategi Bersaing Suci *Pet Shop* dan akan di jabarkan 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 Suci *Pet Shop* selama ini adalah *Cost Leadership Strategy*. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dan hasil observasi yang dilakukan langsung oleh penulis melalui beberapa pesaing pasar sekitan Suci *Pet Shop* yaitu Fourty One Shop, Muezza *Pet Shop*, Pet Care 69 terdapat selisih harga dalam beberapa produk yang sama dan hasilnya adalah produk dan jasa yang diberikan Suci *Pet Shop* lebih rendah harganya meski selisihnya tidak jauh tapi pelanggan tetap tertarik dengan harga yang relative rendah tentunya. berdasarkan alat analisis yang digunakan analisis internal, analisis eksternal dan SWOT ciri-ciri perusahaan Suci *Pet Shop* mengarah pada *cost leadership* ini menjadi kekuatan perusahaan agar terus bertahan di pasar. Selama 12 tahun lamanya Suci *Pet Shop* berdiri dan berdasarkan observasi ciri-ciri harga yang relatif murah dan menekan biaya rendah menunjukkan bahwa Suci *Pet Shop* menggunakan strategi *cost leadership strategy*.

2. Kondisi Internal dan Eksternal Suci *Pet Shop* yang dianalisis oleh penulis menggunakan pada kondisi Internal menggunakan Rantai Nilai yang mengetahui kegiatan di dalam perusahaan Suci *Pet Shop* dan dalam kondisi Eksternal menggunakan PESTEL dan *Porter's 5 forces* yang bertujuan mengetahui ketentuan yang harus diikuti oleh Suci *Pet Shop*. Hasil penelitian penulis kondisi Internal Suci *Pet Shop* berjalan dengan baik sesuai dengan divisi-divisinya tujuannya mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. lalu kondisi Eksternal bertujuan untuk melihat ancaman dan peluang perusahaan. Perusahaan Suci *Pet Shop* sudah memenuhi prosedur ketentuan yang berlaku dalam analisis eksternal PESTEL. Dalam kondisi analisis internal dari kegiatan utama perusahaan yang telah penulis teliti melalui observasi kondisi internal perusahaan yang sudah cukup baik adalah logistik ke dalam, manajemen operasi, logistik keluar perusahaan dan yang harus ditingkatkan adalah pemasaran dan penjualan serta pelayanan. Dalam kegiatan pendukung semuanya sudah baik namun dalam riset teknologi dan pengembangan sistem masih kurang yang harus ditingkatkan.

3. Strategi yang baik untuk digunakan oleh Suci *Pet Shop* berdasarkan hasil analisis penulis adalah *best-cost provider strategy*. Perusahaan memberikan nilai lebih kepada pelanggan dengan biaya terbaik karena perusahaan harus mengeluarkan biaya tambahan untuk menyediakan atribut tambahan. Karena pelanggan mencari tambahan dan fungsi yang menarik tetapi dengan harga yang relatif rendah. Dan dapat dilihat dari hasil penelitian penulis yang menunjukkan ciri-ciri kekuatan pada strategi tersebut yang membuat pelanggan loyal terhadap produk dan jasa Suci *Pet Shop* pada jumlah

pengunjung setiap harinya yang tetap stabil dan ramai ini merupakan kekuatan dari Suci *Pet Shop* demi keberlangsungan perusahaan, banyak pelanggan tetap maupun pelanggan baru yang menjadi langganan berkunjung ke Suci *Pet Shop*. Dengan strategi ini tentunya perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang dalam pasar. Karena banyaknya pelanggan yang tertarik dengan harga yang relatif murah dibandingkan pasar lainnya. Namun, Suci *Pet Shop* harus meningkatkan lagi kualitas produk dan pelayanannya. Serta dalam promosi penjualan pada media sosial harus selalu diperbaharui.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa strategi yang digunakan oleh Suci *Pet Shop* selama ini yakni *cost leadership* meski sudah baik namun menurut hasil analisis penulis menyarankan kepada perusahaan harus ditingkatkan lagi dengan penggunaan strategi *best-cost provider*, perusahaan masih harus mengembangkan strategi yang diterapkan tersebut agar lebih optimal. Berdasarkan hasil analisis *strength*, *weakness*, *opportunities*, dan *threat* (SWOT) perusahaan. Suci *Pet Shop* harus terus mengembangkan kualitas produk, layanan dan fasilitas Suci *Pet Shop* guna tercapainya harapan dan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Berikut ini adalah beberapa saran yang diberikan, berdasarkan hasil kesimpulan yang didapatkan:

1. Meningkatkan kualitas produk, misalnya pada aktivitas *re-pack* membuat inovasi *packaging* yang menarik agar setiap produk yang ditawarkan tidak polos dan monoton, adanya kesesuaian antara tampilan produk seperti berbagai macam produk yang

tersedia dengan kualitas pada masing-masing *brand* produk. Lalu, produk yang tersedia dalam melakukan pembelian tersedia dengan kumplit. Selain itu, meningkatkan kualitas pelayanan pada *pet grooming*, memastikan karyawan menjalankan SOP dengan sesuai sehingga pelayanan jasa yang ditawarkan dapat memuaskan pelanggan.

2. Meningkatkan pelayanan dan fasilitas, misalnya responsif dalam merespon pelanggan yang bertanya via telfon, *whatsapp* dan sosial media lainnya. Suci *Pet Shop* pun harus tanggap terhadap masukan dari pelanggan, tujuannya agar menjadi bahan evaluasi untuk Suci *Pet Shop* kedepannya yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Lalu, SOP karyawan harus diperhatikan dengan detail agar terlaksananya prosedur dengan benar agar keinginan pelanggan terpenuhi dengan baik. Pada peningkatan fasilitas, keuntungan diferensiasi yang membuat pelanggan tertarik adalah membuat *playground* untuk hewan peliharaan meskipun mengeluarkan biaya baik untuk atribut tambahan tetapi saran ini diharapkan dapat membuat pelanggan tertarik dengan fasilitas yang tersedia.

3. Meningkatkan promosi, pada saat ini pemasaran produk sangat bergantung pada iklan agar pelanggan *aware* terhadap produk dan perusahaan seperti melakukan promosi yang bekerjasama dengan sosial media. Selain itu karyawan juga harus aktif serta *up to date* dalam menggunakan sosial media seperti Instagram, facebook maupun website lain seperti shopee yang ramai pada saat ini. Di dalam media sosial tersebut Suci *Pet Shop* harus banyak menyampaikan informasi seputar kualitas barang, harga dan promosi yang dilakukan Suci *Pet Shop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2016). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantage*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- David, F. R. (2011). In *Manajemen Strategis: Konsep-Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2014). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- David, W. (2011). Pengertian Strategi Menurut Para Ahli. Jakarta: Salemba Empat.
Retrieved from Wheelen dan David (2008:15)
- Fitroy, P. &. (2005). Creating Value In Turbulent Times. *Strategic Manajemen*, 6.
- Graham Hooley, Nigel F. Piercy, Brigitte Nicoulaud, John M. Rudd. (2017). *Marketing Strategy & Competitive Positioning*. Pearson Education Limited.
- Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy*, thirteen edition. New York: Pearson.
- Irwin, M. G. (2010). *Strategic Management*. New York: The McGraw Hill Companies Inc.
- Johnson, G. S. (2016). *Exploring Corporate Strategy*. Boston: Prentice Hall.
- Pearce II, J. A. (2010). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Perera, R. (2017). *The Pestle Analysis*. Nerdynaut.
- Perkumpulan Kilogi Indonesia. (2015). *Populasi Anjing Ras 2014*. Jakarta: The All

Indonesia Kennel Club.

Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Robinson, P. I. (2010). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.

Robinson, P. I. (2011). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.

Rudiansyah. (2016). *Analisis Strategi Aplikasi Penagihan dengan Metode SWOT*.

Bina Insani ICT.

Sedermayanti. (2014). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Mandar Maju.

Sekaran, U. d. (2013). *Research Method for Bussines: Edisi 4 Buku 2*. Jakarta: Wiley.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wisdaningrum, O. (2013). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) dalam Lingkungan Internal Perusahaan. *Jurnal Analisa, Vol. 1, No. 1*, 40-48.

Yogi, A. W. (2010). Pendekatan Analisis Praktis. In *Manajemen Strategic* (p. 29). Jakarta: JPU Press.