

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada PIPINOS, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis internal lewat fungsi bisnis pada PIPINOS menunjukkan bahwa kegiatan operasional saat ini sudah memiliki SOP yang jelas, namun dapur produksi PIPINOS yang kecil mengakibatkan ketidakefisiensi waktu dalam proses pembuatan produk PIPINOS menyediakan produk yang bervariasi untuk konsumen mulai dari kue sampai dengan kukis. adapun perusahaan harus memperhatikan pembuatan sertifikasi halal yang belum ada. Kegiatan Pemasaran perusahaan di targetkan untuk kelas menengah keatas lewat promosi- promosi instagram dan promosi *word of mouth*. . PIPINOS juga mempunyai paket hampers yang di jual tiap hari raya. Kekuatan Brand PIPINOS masih lemah, di tandai dengan ketidaktahuan orang-orang tentang perusahaan. Stratgi bersaing yang diterapkan PIPINOS selama ini adalah *focused differentiation strategy*. PIPINOS selama ini berfokus pada segmentasi kelas menengah ke atas yang lebih spesifik lagi merupakan pekerja-pekerja muda yang berumur 25 tahun sampai 30 tahun yang sudah berpenghasilan.. Differensiasi dari produk yang di tawarkan PIPINOS, yaitu pada kualitas, rasa, harga premium, efisiensi dalam memproduksi produknya , serta variasi produk yang di tawarkan.
2. Strategi alternatif yang berasal dari analisis SWOT matrix PIPINOS menjadi landasan untuk mengembangkan strategi bersaing perusahaan yang sebelumnya

focused differentiation ke arah *Broad differentiation*. Pertimbangan perubahan strategi bersaing PIPINOS didasarkan oleh beberapa poin, yaitu:

- Ekspansi ke luar daerah
- Pembuatan varian baru produk
- Target pasar kelas menengah ke bawah

6.2 Saran

1. Bekerjasama dengan Pemasok. PIPINOS dapat bekerjasama dengan pemasoknya dalam hal pemesanan bahan-bahan baku terutama bahan dengan kuantitas penggunaan yang tinggi dalam pembuatan produk. Bahan baku yang dipakai dengan kuantitas yang tinggi berupa tepung, coklat, mentega, dan gula. Bahan-bahan tersebut digunakan hampir diseluruh jenis produk yang tersedia di PIPINOS.
2. Mendirikan Divisi research and development . Divisi tersebut bertugas untuk membuat varian-varian produk dan pemasaran dari pada PIPINOS. Varian-varian yang diproduksi dapat berupa kue atau kukis dengan rasa baru yang unik, produk baru yang belum pernah dijual PIPINOS seperti minuman.
3. Memindahkan Dapur Utama. Dapur Utama bertugas sebagai penjaga agar resep-resep dari pada PIPINOS tidak beredar luas. Pemindahak dapur utama dapat meminimalisir kelemahan PIPINOS selama ini, terkait keterbatasan area produksi.
4. Membuat struktur organisasi yang jelas. Struktur organisasi yang jelas agar terciptanya pembagian tugas yang jelas antar karyawan, sehingga tidak menimbulkan kebingungan.
5. Evaluasi Pasar. Saat melakukan ekspansi ke daerah yang baru, sebaiknya PIPINOS terlebih dahulu melakukan evaluasi apakah produk yang akan

dijual sudah tepat dari segi kualitas dan rasa, harga yang akan dijual sudah tepat, dan target pasar masih cocok untuk di sasar.

6. Kolaborasi dengan brand lain. Bekerjasama dengan brand-brand lain yang menyasar target pasar menengah kebawah.
7. Mengikuti event kuliner yang diadakan di bandung dan di luar kota bandung
8. Bekerjasama dengan organisasi aksi sosial. Bekerjasama dengan organisasi aksi sosial yang ada di bandung, tujuannya untuk membangun brand image perusahaan
9. Bekerjasama dengan influencer didaerah lokal.

Daftar Pustaka

- David. (2015). Analisis Bersaing PT.X. *Agora Vol 3 No 2*, 2.
- Edward Chan, S., & Majid, S. A. (2017). Pengaruh Bauran pemasaran terhadap kepuasan serta dampaknya pada loyalitas konsumen. *Jurnal manajemen dan inovasi*, 28.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, J. (2011). *Strategic Management: Manajemen strategis - formulasi, implementasi, dan pengendalian*. Jakarta Selatan: Penerbit salemba empat.
- Piyono. (2010). Pengertian Manajemen Sumber daya Manusia. In *Manajemen sumber daya manusia* (p. 4). Surabaya: Penerbit Ziratama.
- Rihan, I. M. (2018). Porter Five Forces Analysis. 1-5.
- Rusdiana, D. H. (2014). *Manajemen Operasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sudiro, R. S. (2013). Manajemen dan pengembangan fungsi produksi dan operasional pada usaha . *AGORA*, 2.
- Tanama Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bali: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Wilar, O. W., Worang, F. G., & Soepeno, D. (2017). Analisis strategi diferensiasi produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap keunggulan bersaing. *EMBA*, 3846.
- Astri. (2018, januari 03). *7 toko kue artis di jabar*. Retrieved from merdeka.com: <https://bandung.merdeka.com/kuliner/ini-7-toko-kue-kekinian-milik-artis-di-kota-bandung-180103e.html>

- Dewi SYA, & Hidayah SYA. (2019). Resume studi kasus metode penelitian kualitatif. 4-5.
- Hasanah, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu ilmu sosial. *Jurnal at-Taqaddum*, 26.
- Lexy, M. J. (2000). In *Metodologi penelitian kualitatif* (p. 6). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Linarwati, Fathoni, & Minarsih. (2016). Studi Deskriptif pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia serta penggunaan metode behavioral event interview. *Journal Management*, 1.
- Prihatsanti, U., Suryanto, & Hendriani, W. (2018). Menggunakan studi kasus sebagai metode ilmiah dalam psikologi. *buletin psikologi*, 128.
- Saefudin. (2005). ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM MENGANTISIPASI kratau bla bla. *pnelitian sekolah bla blaa*, 3.
- Sugiyono. (2009). In *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D* (p. 137). Bandung: Alfabeta.
- Sunyono. (2011). Teknik wawancara dalam penelitian kualitatif.

Hasil Wawancara

NO	Pertanyaan	Jawaban
	Sejarah Perusahaan	
1	Bagaimana Perusahaan bisa berdiri?	Berawal dari 2 orang yang memiliki hobi dalam memasak memutuskan untuk menawarkan hasil masakan mereka ke publik
2	Kapan Perusahaan didirikan?	Untuk pertama kali masih bergerak lewat toko online pada tahun 2018
4	Apakah Perusahaan memiliki visi dan misi?	Saat ini belum memiliki visi misi
5	Mengapa memilih nama brand PIPINOS?	Sesuai dengan nama panggilan salah satu owner PIPIN. Di pilih karena Pelafalan yang gampang di ucapkan oleh orang-orang dari seluruh penjuru dunia. Serta Makna dari PIPINOS sendiri berarti ceria
6	Bagaimana Perkembangan PIPINOS dari awal berdiri sampai sekarang?	Awalnya hanya bergerak di media online saja, lalu memutuskan untuk membuka toko fisik pertama di foodstep parahyangan residence pada tahun 2019, dari awal buka toko fisik sampai saat ini terjadi Peningkatan permintaan kue/kukis sehingga memutuskan untuk membuka cabang di Ruang 8 foodhub dago . Permintaan juga melonjak terutama menjelang hari raya saat dikeluarkan paket hampers.
7	Tujuan kedepan Perusahaan?	Tidak hanya jual kue/kukis aja tetapi nanti ada cabang yang menjual roti dsb.
Operasional		

1	Kapan proses produksi dimulai?	Proses produksi kue atau kukis dimulai sebelum toko dibuka dan ketika stock kue di pajangan habis
2	Kapan jam operasional PIPINOS?	Senin sampai Sabtu pukul 10.00 – 22.00 WIB Minggu pukul 10.00 – 20.00
3	Apa Keunggulan dari pada Produk PIPINOS?	Memiliki pembungkus ramah lingkungan, menggunakan kualitas bahan yang premium, memiliki rasa yang enak, serta memiliki variasi kukis.
4	Apakah penggunaan bahan baku yang tepat sangat penting?	Penggunaan bahan baku yang tepat sangatlah penting karena, bahan baku yang digunakan jika tidak tepat dapat mempengaruhi rasa, dan kualitas dari pada produk PIPINOS
5	Kendala apa yang dialami dalam proses operasional?	Dengan meningkatnya permintaan, saat ini kendala berada pada area produksi dimana Dapur serta alat-alat belum mendukung untuk memproduksi dalam kuantitas yang banyak dalam waktu yang singkat. Serta produk belum mempunyai sertifikasi halal.
6	Bagaimana penempatan karyawan pada PIPINOS?	Belum ada penempatan yang terstruktur karena perusahaan masih kecil. Namun untuk tugas karyawan kebanyakan menjaga counter, dan memasak produk.
7	Apa Produk favorit dari PIPINOS?	Sejauh ini yang paling laku, ada Jumbo choco melt, Jumbo cheese, Mini choco, Mini cheese, Fudgy Brownies
8	Bagaimana Produk PIPINOS didistribusikan?	Produk PIPINOS didistribusikan lewat toko offline serta online. offline konsumen datang langsung untuk membeli di parahyangan residence. Online konsumen dapat

		membeli lewat aplikasi dan diantar oleh gojek atau grab
9	Bagaimana proses pencatatan dan pengawasan keuangan?	Sebelumnya pencatatan masih manual lewat kertas. Saat ini sudah menggunakan layanan MOKA yang dapat menyimpan catatan keuangan lebih efektif. Pengawasan lewat MOKA juga.
Pemasaran		
1	Dari kalangan mana saja pembeli PIPINOS?	Pekerja, ibu rumah tangga, Mahasiswa
2	Siapa Target yang disasar PIPINOS?	Kelas menengah ke atas dengan rentang umur 25-30 tahun sudah bekerja dan bisa bekerja dimana saja , bisa kerja sambil nongkrong
3	Bagaimana PIPINOS menggapai target pasarnya?	Saat ini Lewat sosial media berupa endorsment dan membuka stand di event-event. masukin produk ke partner beberapa cafe.
4	Promo-promo apa yang ada di PIPINOS?	Potongan harga, Hampers buat hari raya
5	Apakah PIPINOS pernah berkolaborasi dengan brand lain?	Ya, brand tersebut adalah kofieloka dan Bingah Design Lab
6	Apakah terdapat kendala dalam memasarkan produk?	Untuk saat ini kendala masih berupa Brand PIPINOS yang masih belum di kenal banyak orang.
7		
Pemasok		

1	Apakah PIPINOS memiliki pemasok?	Toko sejati
2	Berapa banyak Pemasok yang digunakan PIPINOS?	Hanya 1
3	Apakah bahan baku dari pemasok dijual di tempat lain?	Ya, dijual ditempat lain seperti supermarket setiabudi dll
4	Apakah PIPINOS bergantung pada Pemasok?	Ya, secara ekonomis PIPINOS sangat bergantung pada pemasok karena bahan baku yang di jual di Toko Sejati jauh lebih murah dibandingkan supermarket lain di bandung.
Kompetitor		
1`	Apakah persaingan di industri ini ketat?	Persaingan sangat ketat, karna untuk pemula resep bisa di akses dengan mudah diinternet dan modal pembuatan kecil
2	Siapa saja kompetitor PIPINOS?	Sejauh ini ada brand-brand besar, Mulai banyak, tersaingi banget, seperti brochis yang menjual produk yang sama, bakery-bakery kecil, pnmom bakery roti yang akhir-akhir mulai jualan kue soft kukis.
3	Apakah di pasar tersedia produk yang dapat menggantikan produk PIPINOS?	Untuk produk pengganti tergantung dari selera orang-orang di luar sana, produk-produk pengganti bisa berupa cemilan lain seperti donut, roti, dll
Peluang		
1	Peluang apa yang dilihat PIPINOS pada industri ini?	Budaya orang dalam memberikan kue atau kukis sebagai hadiah saat hari raya.

