

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Setelah analisis pada bab sebelumnya yang dilakukan oleh penulis mengenai analisis strategi bisnis yang dilakukan oleh Kariksa , penulis dapat menjabarkan kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban atas tiga identifikasi masalah yang dicantumkan di dalam BAB 1, yaitu sebagai berikut :

1. Strategi yang digunakan Kariksa selama ini adalah Strategi Fokus, hal tersebut dapat dilihat dari produk yang di jual hanya 1 jenis yaitu Mawar. Segmentasi yang dituju Kariksa juga terbatas yaitu : *Wedding Organizer*, *Event Organizer* dan Pengecer bunga.
2. Aspek-aspek internal dan eksternal sebagai faktor kunci sukses Kariksa antara lain :
 - Aspek interal antara lain harga jual yang rendah karena biaya produksi dari Kariksa yang rendah dan Kualitas yang baik karena pengalaman yang dimiliki oleh perusahaan dalam proses budidaya mawar dan roduk yang langsung dikirim setelah diproduksi.
 - Aspek Eskternal kondisi daerah tempat produksi yaitu Lembang merupakan daerah yang cocok untuk budidaya tanaman hias seperti bunga mawar, sehingga bunga yang di hasilkan memiliki kualitas yang baik.

Harga dan Kualitas produk menjadi faktor utama kunci sukses perusahaan, hal tersebut yang menyebabkan Kariksa dapat bertahan hingga 30 tahun.

3. Strategi yang dapat digunakan oleh Kariksa untuk tetap bertahan dan mengembangkan usahanya berdasarkan analisis SWOT tersebut maka strategi yang tepat untuk Kariksa adalah *Focused Low-cost Strategy*. Strategi fokus pada biaya rendah tepat bagi perusahaan karena sesuai dengan tujuan dari Kariksa sebagai *Supplier* bunga mawar yang artinya hanya memproduksi 1 jenis produk yaitu bunga mawar dan pasang pasar dari Kariksa spesifik hanya untuk memenuhi kebutuhan segmen tertentu yaitu *Wedding Organizer, Event Organizer*, Pedagang eceran, dan itu merupakan ciri dari Strategi Fokus pada biaya rendah. Untuk mengembangkan usahanya Kariksa harus menerapkan strategi tambahan berupa memanfaatkan sosial media untuk menjangkau pasar yang lebih luas sehingga Kariksa bisa menambah pangsa pasarnya.

6.2 Saran

Setelah menjabarkan kesimpulan-kesimpulan tersebut, peneliti akan mengemukakan beberapa saran untuk perusahaan sebagai masukan sekaligus bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk membuat langkah strategis dalam persaingan saat ini. Saran-saran tersebut antara lain :

Peneliti menyarankan untuk melakukan beberapa langkah strategis konkret berdasarkan matriks SWOT yang sudah dibuat sebagai berikut :

- Mempekerjakan karyawan khusus untuk terus meningkatkan optimalisasi kegiatan pemasaran di social media
- Aktif dalam menggunakan sosial media : (membuat *Website* khusus mengenai informasi perusahaan dan produk)
- Pengembangan pasar dengan menambah agen atau *reseller*
- Menerapkan SOP dalam periode penanaman
- Mengikuti *update* terkini mengenai kondisi cuaca berdasarkan BMKG

DAFTAR PUSTAKA

- Agribisnis. (2020, Februari 4). *Kementerian Agraria: Luas lahan baku sawah tahun 2019 sebesar 7,46 juta hektare*. Retrieved from <https://industri.kontan.co.id/>:
<https://industri.kontan.co.id/news/kementerian-agraria-luas-lahan-baku-sawah-tahun-2019-sebesar-746-juta-hektare>
- Akbar Riswandi, H. T. (2016). ANALISIS STRATEGI BERSAING RUMAH MAKAN (Studi Pada Rumah Makan Darisa Cafe Campus). *JURNAL ILMU MANAJEMEN UNIVERSITAS TADULAKO*, 293-304.
- Badan Pusat Statistika. (2019). *Statistik Tanaman Hias*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- David, F. R. (2015). *Manajemen Strategik* (Vol. 15). Jakarta: Salemba Empat.
- Global Religious Futures. (2020, Maret). *Religious Demography*. Retrieved from http://www.globalreligiousfutures.org/countries/indonesia#/?affiliations_religion_id=0&affiliations_year=2020®ion_name=All%20Countries&restrictions_year=2016
- Harsalim, R. R. (2015). ANALISIS PENGARUH PRODUCT QUALITY, PRICE DAN PROMOTION TERHADAP PURCHASE INTENTION MOBIL

TOYOTA ALPHARD DI SURABAYA. *Jurnal Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra*, 3-4.

Irwin. (2010). *Strategic Management*. New York: The McGraw Hill Companies Inc.

Kementerian Pertanian. (2019, Februari 4). *Statistik Lahan Pertanian 2014-2018*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Retrieved from <https://industri.kontan.co.id/>:
<https://industri.kontan.co.id/news/kementerian-agraria-luas-lahan-baku-sawah-tahun-2019-sebesar-746-juta-hektare>

Kementerian Pertanian RI. (2019, Maret 3). *Ekspor Buah, Sayuran dan Bunga Indonesia Tembus 29 Negara*. Retrieved from KEMENTERIAN PERTANIAN REPUBLIK INDONESIA:
<https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=1967>

Moleong, D. L. (1988). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Columbus: PT Remaja Rosdakarya. Retrieved March 9, 2020

Mudrajad, K. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga.

Muhamad Faruq, I. U. (2014). PENYUSUNAN STRATEGI BISNIS DAN STRATEGI OPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH PADA PERUSAHAAN KONVEKSI SCISSORS DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*(3), 173-198.

Nikols, F. (2011, January 14). STRATEGY, STRATEGIC MANAGEMENT, STRATEGIC PLANNING AND STRATEGIC THINKING.

Omotayo Adewale Osibanjo, A. A. (2012). Human Resource Management : Theory and Practice. *Implications for Organizational Performance Journal in Nigerian Public University*, 5-6.

Porter, M. (2001). *Strategi Bersaing*. Jakarta: Erlangga.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. (I. Pongoh, Penyunt., A. Dharma, A. Maulana, E. Jasjfi, & U. Wahyu Suprpto, Penerj.) Jakarta: Erlangga.

Puspitaningtyas, Z. (2017). PEMBUDAYAAN PENGELOLAAN KEUANGAN BERBASIS AKUNTANSI BAGI PELAKU USAHA KECIL MENENGAH. *Jurnal Akuntansi/Volume XXI, No. 03, September*, 361-372.

Selang, C. A. (2013). BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO. *Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013*, 71-80.

Sudiro, R. S. (2013). MANAJEMEN DAN PENGEMBANGAN FUNGSI PRODUKSI DAN OPERASIONAL PADA USAHA PENGOLAHAN BAHAN KIMIA PT. X DI GRESIK. *Jurnal Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra*, 2.

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

Taufik, M. (2015, October 1). *Julukan bagi Kota Bandung dari yang Keren sampai Jorok*. Retrieved from <https://www.merdeka.com/https://www.merdeka.com/peristiwa/4-julukan-bagi-kota-bandung-dari-yang-keren-sampai-jorok.html>

Wirjohamidjojo, S., & Swarinoto , Y. (2018). *IKLIM KAWASAN INDONESIA*. Jakarta: Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika.

Worldometer. (2020, maret). Retrieved from Coronavirus Cases: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>