

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan analisis yang telah dilakukan penulis terhadap perusahaan Yogo, Maka dapat disimpulkan perusahaan Yogo telah strategi yang cukup efektif dalam menjalankan bisnisnya seperti, Perusahaan Yogo memiliki strategi berfokus pada differensiasi yakni membuat suatu produk unggulan yang menarik, unik, dan berbeda dengan produk minuman yogur lainnya serta selalu berinovasi untuk produknya seperti pengeluaran produk musiman yang dilakukan oleh perusahaan yogo dan produk yogo ini juga lebih sehat dibandingkan dengan produk minuman kopi, *milk tea*, boba, dan lainnya, karena produk yogo sendiri sebagian besarnya terbuat dari buah-buahan yang sehat. Perusahaan yogo juga selalu memberikan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya. Kemudian dilihat faktor internal perusahaan yogo menghasilkan dukungan yang cukup besar bagi kelangsungan perusahaan. yakni aktivitas bisnis sendiri berjalan dengan baik hal tersebut dapat dilihat dari *booth* yang strategis yang berada di mal, memanfaatkan teknologi-teknologi di zaman sekarang dalam melakukan bisnisnya, mempunyai modal yang cukup untuk melakukan aktivitas bisnis, bekerja sama dengan para *influencer* dan juga aplikasi *online* dalam memasarkan produk mereka serta para karyawan yang telah bekerja sesuai dengan SOP yang diberikan perusahaan.

Selanjutnya dalam faktor eksternal perusahaan yang memberikan dampak yang cukup besar merupakan adanya potensi yang cukup tinggi dari ancaman pendatang baru dikarenakan memiliki *capital* yang lebih besar sehingga dapat bertumbuh lebih cepat,

adanya daya tawar dari pembeli di dorong dengan munculnya tren *healthy lifestyle* yang menunjang masyarakat untuk hidup lebih sehat dan memilih makanan dan minuman yang sehat agar tidak terbebani biaya pengobatan, namun terdapat faktor eksternal yang tidak memiliki pengaruh besar terhadap aktivitas bisnis perusahaan yakni munculnya para kompetitor yang meningkatkan persaingan di industri *food and beverage* hal ini dikarenakan belum banyak perusahaan yang ada di bidang *yogurt juice* ini, kemudian adanya produk substitusi dimana selera dari masyarakat pun berbeda-beda terhadap produk dan secara tidak langsung juga mendorong perusahaan untuk lebih kreatif dan menarik, dan daya tawar dari pemasok membuat perusahaan telah bekerja sama dengan beberapa pemasok dan bahan dasar dari pembuatan produk inipun tidak sulit untuk dicari. Dengan adanya beberapa faktor yang berdampak cukup besar bagi perusahaan dan menghambat perusahaan untuk mencapai fokus maka perusahaan perlu melakukan rancangan strategi agar dapat bersaing dan mempertahankan bisnisnya.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan peneliti serta melakukan analisis menggunakan metode analisis internal dan analisis eksternal, kemudian diolah menggunakan matriks SWOT sehingga pada akhirnya didapatkan suatu kesimpulan pada sub bab 6.1. Maka di sub bab ini peneliti akan di mengajukan beberapa saran dengan kondisi yang ada dan diharapkan dapat di implementasikan dalam jangka waktu panjang untuk memaksimalkan startegi fokus, yaitu :

1. Membuat kartu member dan mengadakan promo dengan menggunakan kartu member tersebut
2. Memperluas pasar dengan bekerja sama dengan komunitas-komunitas

olahraga dan membuat suatu event, seperti komunitas *freeletics* Tangerang yang dimana komunitas ini membuat event olahraga bersama dengan jumlah peserta yang dibatasi dan perusahaan yogo dapat mendukung dalam event tersebut dengan memeberikan yogurt gratis kepada para peserta yang bertujuan untuk memasarkan produk.

3. Bekerja sama dengan para *influencer* olahraga yang cukup terkenal di daerah Jakarta-Tangerang seperti Vienna Elfira Putri, Renni Rere, dan lainnya dan menjadikan mereka sebagai *brand ambassador* yang dapat mengenalkan produk dari minuman sehat ini untuk masyarkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concept and Cases*. Jakarta: Pearson.
- David. (2010). *Strategic Management Concept and Concept* (13th edition ed.). Florence, South Carolina: Pearson.
- Fadli, D. R. (2019). *Mitos atau Fakta, Konsumsi Yogurt Bikin Pencernaan Sehat*. Retrieved 2020, from halodoc: <https://www.halodoc.com/artikel/mitos-atau-fakta-konsumsi-yogurt-bikin-pencernaan-sehat>
- Halim, A. G., & Mustamu, R. H. (2013). penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. *Analisis deskriptif strategi bersaing pada perusahaan penyedia kebutuhan konstruksi* .
- Lesal, I. (2015). *Analisa Internal dan Eksternal Pada CV. Gading Mas Surya Sidoarjo dalam Rangka Strategi Bersaing* .
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York, London: Free Press.
- Porter. (2001). *Strategi Bersaing : teknik menganalisis industry dan pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (2006). *Kompetisi Masa Depan*. Jakarta: Binarupa.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Setiaji, B. (1995). *Konsumerisme*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.

silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT.Refika Aditama.

Statistik, B. P. (2019, Juni 26). *databoks*. (H. Widowati, Editor) Retrieved Maret 14, 2020, from katadata:

WHO. (2003). *Promoting fruit and vegetable consumption around the world*.

Retrieved 2020, from World Health Organization:

<https://www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/en/>