

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang sudah penulis dapatkan dalam melakukan Analisis Lingkungan Eksternal Industri Makanan Cepat Saji Waralaba di Kota Bandung dan akan dijabarkan pula saran dari penulis terhadap simpulan yang telah didapatkan.

6.1 Simpulan

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

1. Pengaruh lingkungan eksternal makro perusahaan dalam industri makanan cepat saji di kota Bandung menggunakan pestle:
 - Politik: faktor - faktor politik yang ada tidak mempengaruhi penjualan
 - Ekonomi: Faktor Ekonomi berpengaruh cukup tinggi terhadap industri makanan cepat saji sebagai contoh perusahaan mengalami penurunan pada tahun 2020 karena adanya resesi ekonomi.
 - Sosial: Faktor sosial sangat berpengaruh dimana perusahaan menyesuaikan pada keinginan masyarakat.
 - Teknologi: Penggunaan media sosial orang Indonesia dan penerapan e-wallet terhadap transaksi memudahkan bisnis untuk promosi dan juga bertransaksi. Maka dari itu, factor teknologi berpengaruh tinggi pada makanan cepat saji.

- Lingkungan: berpengaruh tinggi jika perusahaan mengurangi sampah plastik seperti: sedotan plastik, kantong plastik, tempat makan plastik, dan tempat minum plastik.
- Legal : Faktor kebijakan pemerintah berpengaruh tinggi terhadap industri makanan cepat saji.

Jadi dapat disimpulkan bahwa industri makanan cepat saji yang dipengaruhi oleh : Ekonomi, sosial, Teknologi, lingkungan dan legal. Yang tidak mempengaruhi adalah politik

2. Faktor-faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi strategi perusahaan di industri makanan cepat saji di Bandung yaitu faktor dari 5 *forces models*:

- *Threat new entrants*: Untuk menjadi perusahaan yang besar dan bertahan lama, perusahaan atau instansi memerlukan biaya yang besar. Agar dapat bersaing dengan kompetitor. Maka dari itu, acncaman dari pendatang baru kecil.
- *Intensity of Rivals Among Existing Competitor*: Untuk memulai bisnis yang baru, perlu di perhatikan kompetitor yang sudah ada. Strategi juga perlu diperhatikan untuk mempertahankan instansi atau perusahaan. Maka dari itu, persaingan antar Kompetitor cukup besar. Terlihat seperti : Mcd, KFC, Richeese Factory dan wendy's yang sudah memegang pangsa pasar yang luas.

- *Pressure from Substitute Products and Services*: Konsumen sangat mudah untuk mengganti produk dan layanan pengganti. Maka dari itu ancaman dari produk pengganti relatif tinggi.
- *Bargaining Power of Buyers*: Maka dari itu, kekuatan penawaran pembeli relatif tinggi.
- *Bargaining Power of Supplier*: Kebanyakan dari instansi memiliki sedikit supplier di pasaran untuk menjaga kualitas produk dan harga yang ditawarkan pada konsumen. Maka dari itu, kekuatan penawar pemasok sangatlah tinggi. Karena perusahaan hanya bergantung kepada *supplier* tetap.

Jadi dapat disimpulkan industry makanan cepat saji yang berpengaruh tinggi : *Intensity of Rivals Among Existing Competitor, Pressure from Substitute Products and Services, Bargaining Power of Buyers* dan *Bargaining Power of Supplier*:. Yang tidak mempengaruhi yaitu *Threat new entrants*.

6.2 Saran

Berikut ini adalah beberapa saran yang dibeirkan, berdasarkan hasil simpulan yang didapatkan:

1. Melakukan evaluasi dengan mengadakan rapat kerja sebulan sekali. Rapat kerja tersebut akan memudahkan perusahaan untuk membahas hal-hal apa saja yang peru diperbaiki dan dipertahankan.

2. Melakukan analisis terhadap tren yang sedang terkini agar dapat menyesuaikan perusahaan dalam hal menu maupun inovasi yang dapat menarik pelanggan.
3. Mengembangkan kualitas semakin bagus dan melakukan studi banding terhadap brand lainnya agar dapat mengembangkan lebih bagus kualitas perusahaan yang menjadi ciri khas.
4. Mendengarkan saran dari pelanggan agar perusahaan tahu apa yang menjadi kendala dalam pengembangan perusahaan dimata pelanggan.
5. Untuk mengurangi sampah plastik perusahaan bisa menggantikan kantong plastik yang terbuat dari kulit singkong.
6. Pemberina pelayanan jasa *booking* melalui website perusahaan. Tujuan : agar konsumen dapat langsung menikmati makanannya tanpa perlu ngantri dan menunggu
7. Penutup minuman dimodifikasi menjadi *Strawless Lid*
8. Menyediakan makanan sehat. Disesuaikan dengan factor sosial dan factor lingkungan karena adanya pandemic ini. Seperti : burger dengan daging yang dicampur dengan tempe yang kaya akan protein atau menyediakan salad bar.

DAFTAR PUSTAKA

- David FR. (2004). *Manajemen Strategis : Konsep – Konsep*. Ed ke-9. Kresno Saroso. Penerjemah. Jakarta : Indeks. Terjemahan dari buku : *Strategic Management*.
- David, FR. (2010). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba empat.
- Dharasta, Y. S. M. A., Dyahjatmayanti, D., & Nieamah, K. F. (2017). Analisis Swot Desa Wisata di Kabupaten Sleman YOGYAKARTA. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 42-50.
- Hamdani, H., Badaruddin, B., & Mariah, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kafe Infinity Di Kabupaten Pinrang. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 17(1), 53-65.
- Hanny, R., Syah, A., & Novita, D. (2020). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatanpendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan-Depok. *Excellent*, 7(1), 56-68.
- Khairunnisaa, K., Irachmi, D., Lestari, D., Rahayu, F., & Sanjaya, V. F. (2020). Analisis Swot terhadap Strategi Pemasaran Rumah Makan Sambel Alu. *The Journal of Business and Management*, 16(2), 145-159.
- Lubis, F. G. (2016). Analisis Posisi Strategik Bisnis Pt Lautan Teduh Interniaga Bandar Lampung.
- Marginingsih, R. (2019). Analisis SWOT Technology Financial (FinTech) Terhadap Industri Perbankan. p55-60.

- Nurrokhman, A. (2019). Analisis Pengambilan Keputusan Pemasaran Produk Ayam Rempah Dengan Metode Analisis Competitive Profile Matriks Di Kawasan Kuliner Tmp Kalibata. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri)*, 1(2), 171-179.
- Permatasari, D. E. (2015). Penentuan Strategi Bisnis Manajemen Hotel Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus di Quds Royal Hotel Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 27(1).
- Priantana, A. P., & Istiyanto, S. B. (2019). Strategi Manajemen Brand Ambassador Artis pada Industri Kuliner di Purwokerto. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(02), 133-139.
- Sopandi, E. (2017). Strategy Of Business Development Bamboo Craft (A Study In Pasirjambu Village Pasirjambu District Bandung Regency). *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(1).
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, R. T., & Danil, L. (2020). Analisis Peluang Dan Tantangan Industri Coworking Space Studi Kasus: Co&Co Working Space Bandung. *Manners*, 3(1), 25-40.
- Suryani, W. (2019). Strategi bersaing yangko “pak prapto” di kota Yogyakarta.
- Suwandyanto, M. 2010. *Manajemen Strategi dan kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

- Tamika, A., Ghina, A., & Hidayatullah, D. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersaing (studi Kasus Pada Green Laundry di Wilayah Sekelimus, Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 4(1).
- Yudistria, Y. (2016). Strategi Pengembangan Sentra Industri dan Perdagangan di Kota Bandung.