

BAB 4

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

4.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan untuk menjawab pertanyaan pada identifikasi masalah yang sudah diuraikan pada penelitian “Evaluasi Efektivitas Strategi *Best Cost Provider* LOS Tropis Bandung Di Tengah Pandemi Covid-19”:

1. LOS Tropis selama ini menggunakan strategi *Best Cost Provider* untuk bersaing yang menunjukkan bahwa LOS Tropis lebih unggul daripada pesaingnya. Hal ini dapat terlihat dari produk yang ditawarkan oleh LOS Tropis memiliki harga yang murah tetapi tetap mendapatkan nilai lebih dari harga yang sudah konsumen bayarkan. Nilai lebih tersebut berupa proses bisnis yang tidak dilakukan oleh pesaing sejenis, SDM yang unggul, berbagai macam merchandise yang ditawarkan, dan inovasi produk yang dimiliki oleh LOS Tropis.
2. Faktor lingkungan eksternal di tengah pandemi Covid-19 yang berpengaruh terhadap strategi bersaing bisnis LOS Tropis adalah menurut analisis *Porter's 5 Forces* yaitu LOS Tropis sangat sensitif terhadap pendatang baru dalam bentuk bisnis yang sama, hal tersebut dibuktikan dengan jumlah bisnis kafe yang terus bertambah setiap tahun, dan akses yang mudah untuk membangun bisnis yang sejenis. LOS Tropis juga sangat sensitif terhadap alternatif produk yang ditawarkan karena banyaknya pilihan produk minuman dengan harga terjangkau dan dijual dengan kualitas tinggi seperti kopi, teh, dan minuman lainnya. Berdasarkan analisis PESTEL, faktor yang

cukup berpengaruh adalah teknologi dan lingkungan. Peluang yang dapat dijadikan evaluasi adalah kemajuan teknologi yang sangat pesat dirasakan oleh masyarakat Indonesia dan juga dari segi lingkungan, Tropic masih menggunakan gelas plastik yang dapat mencemari lingkungan. Faktor lingkungan internal di tengah pandemi Covid-19 yang paling berpengaruh terhadap strategi bersaing bisnis LOS Tropic dan dapat dijadikan evaluasi adalah aspek pemasaran. LOS Tropic masih belum melakukan kegiatan pemasaran secara optimal, hanya mengandalkan sosial media instagram saja.

3. Strategi yang sudah dilakukan oleh LOS Tropic cukup efektif untuk 1 tahun terakhir ini yaitu sejak adanya pandemi Covid-19 hingga sekarang dilihat dari volume penjualan dan respon pasar yang diperoleh dari website zomato serta media sosial LOS Tropic yaitu Instagram. Strategi ini juga mendorong LOS Tropic untuk dapat mengetahui target pasarnya yang lebih spesifik. Namun demikian untuk mengantisipasi persaingan di masa yang akan mendatang perusahaan perlu merumuskan beberapa kegiatan untuk lebih mendukung dan memperdalam lagi strategi *Best Cost Provider* yang sudah dilakukan sebelumnya.

4.2 Rekomendasi

Berikut ini merupakan rekomendasi yang penulis berikan kepada LOS Tropic berdasarkan hasil kesimpulan yang didapatkan:

1. Dapat menambahkan menu makanannya tetapi tetap berasal dari buah dan meningkatkan kerjasamanya dengan pihak eksternal seperti melakukan

kolaborasi dengan brand ternama yang nantinya akan membuat LOS Tropis semakin dikenal oleh orang banyak dan juga melakukan event event yang dapat dilakukan langsung di LOS Tropis yaitu contohnya seperti program berhubungan dengan hari hari penting di Indonesia.

2. Sebagai pendukung strategi *Best Cost Provider*, LOS Tropis dapat memanfaatkan aspek kekuatan dan peluang yang dimiliki, seperti LOS Tropis dapat memperkenalkan produknya sebagai olahan buah yang higienis dan authentic harena menggunakan mesin blender ternama. Selain itu, dengan adanya pelayanan yang ramah, hal ini dapat diimplementasikan juga kepada admin media sosial LOS Tropis yaitu Instagram dengan selalu membalas pesan dengan ramah agar merek ini lebih dikenal positif oleh konsumen. Tidak hanya produknya saja yang melekat di konsumen, tetapi pelayanannya pun melekat.
3. Berdasarkan hasil analisis internal maupun eksternal, LOS Tropis dapat memanfaatkan teknologi seperti pemasaran digital dan *public figure* untuk membantu LOS Tropis menggaet pasar yang lebih luas tidak hanya dari media sosial instagram saja tetapi dapat menggunakan platform lain seperti Tik Tok dan Youtube

4.3 Implikasi

Strategi *Best Cost Provider* dapat lebih dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi, inovasi produk, dan proses bisnisnya. Tentunya hal tersebut dapat berdampak kepada nilai perusahaan untuk dapat mempertahankan keunggulan kompetitif dan menjaga eksistensinya. Penerapan rekomendasi yang diberikan pun

harus diimbangi dengan proses kontrol yang baik agar keefektifitasan strategi selalu konsisten, baik bagi lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan eksternal. Dalam penelitian yang berkaitan dengan hasil yang didapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

1. LOS Tropis perlu mengawasi serta mempersiapkan proses dalam melakukan inovasi produk dengan melakukan kegiatan riset dan pengembangan dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia selama tahapan pra-produksi yang nantinya dapat menciptakan produk yang dapat menghasilkan perhatian terhadap calon konsumen.
2. Selalu menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal untuk memperlancar kegiatan yang dilakukan oleh LOS Tropis. Pihak eksternal tersebut mulai dari pemasok, berbagai macam *brand*, hingga konsumen.
3. Agar karyawan LOS Tropis memiliki rasa kekeluargaan dan tidak sebatas untuk mencari pendapatan saja. Perusahaan perlu mewujudkan lingkungan kerja yang baik dan sehat di dalam lingkungan internal perusahaan.
4. Dalam rangka memenuhi kebutuhan perusahaan dalam pengembangan dan inovasi produk serta kegiatan dengan pihak eksternal LOS Tropis, perusahaan perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Daftar Pustaka

- Ashilah, S. (2021, August 4). Data Jumlah Restoran di kota bandung 2012-2020, Jumlah Bertambah tapi nasib Memburuk Akibat Pagebluk. BandungBergerak.id. Retrieved January 6, 2022, from <https://bandungbergerak.id/article/detail/1087/data-jumlah-restoran-di-kota-bandung-2012-2020-jumlah-bertambah-tapi-nasib-memburuk-akibat-pagebluk>
- Bisnis, B. (2021, March 8). Butuh inspirasi bisnis? tengok 5 tren bisnis Yang Berpeluang Sukses di 2021. kumparan. Retrieved January 6, 2022, from <https://kumparan.com/berita-bisnis/butuh-inspirasi-bisnis-tengok-5-tren-bisnis-yang-berpeluang-sukses-di-2021-1vJeIFCksDR> (External Communications Senior Lead Tokopedia, Ekhel Chandra Wijaya)
- David, F. R. (2007). *Strategic Management Concept and Cases*. Florence: Prentice Hall.
- Djaslim Saladin, 2003. *Intisari Pemasaran*. Penerbit Linda Karya, Bandung
- Hofer, C. W., & Schendel, D. (1985). *Pengambilan Keputusan Stratejik. Untuk organisasi public dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: Grasindo.
- Hunger, D.J., dan Wheelen, L. Thomas, (2012), *Strategic Management and Business Policy*,(13th Edition). United States of America: Pearson.
- Indeks Semua Kategori HAL 10190. Berita Terkini Ekonomi dan Bisnis Indonesia - Katadata.co.id. (n.d.). Retrieved January 6, 2022, from <https://katadata.co.id/indeks/datapublish/10190>.
- Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2014-2019. <https://lokadata.beritagar.id/>. (2020, April 7). Retrieved January 6, 2022, from <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/jumlah-usaha-menengah-kecil-dan-mikro-2014-2019-1586254692>
- Kaplan, R.S. & Norton, D.P. 1996. *Linking The Balanced Scorecard Into Strategy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kodrat. (2009). *Konsep Lima Kekuatan Porter*. Jakarta: PT. Binarupa Aksara.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*. New York: The Free Press.
- Porter, Michael. 1980. *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.

- Rastogi, N. I. T. A. N. K., & Trivedi, M. K. (2016). PESTLE technique—a tool to identify external risks in construction projects. *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*, 3(1), 384-388.
- Salusu, J. 1996. Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik an Organisasi non Profit. Jakarta: PT Grasindo.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ward, John, Peppard, Joe. (2002). Strategic Planning For Information System. 3rd Edition. John Willey & Sons, Buffins Lane, Chichester

