

BAB 4

Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai kesimpulan yang sudah penulis dapatkan dalam melakukan penelitian Strategi Bersaing pada Rumah Makan Sedap Purwakarta dan kemudian akan dijabarkan pula mengenai saran dari penulis terhadap kesimpulan yang didapatkan dari Rumah Makan Sedap Purwakarta. Kesimpulan yang sudah didapatkan oleh penulis dapat berguna bagi Rumah Makan Sedap Purwakarta agar dapat mengatasi setiap permasalahan strategi dan penerapan strategi bersaing yang terjadi pada Rumah Makan Sedap Purwakarta untuk masa yang akan mendatang.

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari Rumah Makan Sedap Purwakarta, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengimplementasian strategi *Low Cost Leadership Strategy* yang selama ini diterapkan oleh Rumah Makan Sedap Purwakarta sudah berjalan dengan baik karena dapat dilihat dari harga produk yang dijual yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan kompetitornya tanpa harus mengurangi keuntungan yang diperoleh. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengimplementasian *low cost leadership strategy* Rumah Makan Sedap Purwakarta selama ini berjalan cukup baik dimana rumah makan memberikan harga yang relatif lebih murah.

2. Berdasarkan hasil dari *Balanced Scorecard*, efektivitas atas strategi yang telah diimplementasikan selama ini berjalan dengan baik hal ini terbukti dari beberapa tujuan strategis dapat tercapai yang diukur berdasarkan kinerja sebenarnya dan sudah melebihi target yang telah ditentukan.
3. Rancangan strategi yang dapat diterapkan oleh Rumah Makan Sedap Purwakarta di masa yang akan mendatang yaitu strategi nilai terbaik (*Best Value*). Strategi nilai terbaik (*Best Value*) sangat cocok untuk diterapkan oleh Rumah Makan Sedap Purwakarta karena dengan memiliki nilai terbaik maka akan menjadi nilai tambah karena rumah makan dapat memberikan harga yang relatif lebih murah, memberikan kualitas makanan yang terbaik, membuat produk makanan dengan rasa yang konsisten enak, dan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga dapat menarik minat beli konsumen. Dengan strategi nilai terbaik (*Best Value*) ini maka akan memberikan potensi besar untuk Rumah Makan Sedap Purwakarta dalam meningkatkan kualitas pelayanan, menarik minat beli konsumen, dan meningkatkan penjualan dan pendapatan.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

- Saran untuk pusat :
 - 1) Rumah Makan Sedap Purwakarta harus memperbanyak melakukan promosi melalui sosial media seperti instagram dengan membuat

tampilan yang menarik dan membayar influencer untuk melakukan promosi

2) Mengikuti acara bazar agar masyarakat lebih mengetahui tentang Rumah Makan Sedap Purwakarta

- Saran untuk setiap cabang :
 - 1) Rumah Makan Sedap Purwakarta dapat meningkatkan *Quality Control* agar tidak ada keluhan yang diterima
 - 2) Rumah Makan Sedap Purwakarta dapat membuat format laporan keuangan sehingga laporan keuangan setiap bulan dan tahunnya memiliki format laporan yang sama

4.3. Implikasi

Berikut merupakan beberapa implikasi :

- Implikasi untuk pusat :
 - 1) Dengan melakukan promosi melalui sosial media maka akan memperluas target pasar, menarik minat beli konsumen, memperluas target pemasaran sehingga dapat meningkatkan daya beli.
 - 2) Dengan mengikuti acara bazaar maka akan membuat *brand* Rumah Makan Sedap Purwakarta semakin dikenal oleh masyarakat.

- Implikasi untuk setiap cabang ;
 - 1) Dengan meningkatkan *Quality Control* maka akan membantu Rumah Makan Sedap Purwakarta dalam menangani keluhan konsumen akibat makanan yang diterima tidak sesuai.
 - 2) Dengan memiliki format pelaporan keuangan maka akan mempermudah Rumah Makan Sedap Purwakarta dalam melakukan pengecekan laporan keuangan untuk setiap bulan dan tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, F. R. (2021, april 27). *okefinance*. Retrieved from economy.okezone.com:
<https://economy.okezone.com/read/2021/04/26/455/2400875/ini-alasan-bisnis-kuliner-jadi-pilihan-peluang-usaha-menjanjikan>
- Aurellia, A. (2022, Mei 27). *detikjabar*. Retrieved from detik.com:
<https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6097849/bangga-bandung-masuk-daftar-kota-kuliner-terbaik-di-asia>
- BPS. (2018, mei 9). *badan pusat statistik kota bandung*. Retrieved from bandungkota.bps.go.id:
<https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/121/-jumlah-restoran-rumah-makan-di-kota-bandung-2016.html>
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management*. Malaysia : Pearson.
- Destiana, N. (2020, Maret 2). *majoo*. Retrieved from majoo.id:
<https://majoo.id/blog/detail/apakah-ghost-kitchen-merupakan-masa-depan-bisnis-kuliner>
- Dr. Asih Handayani, M., & Dr. Aris Eddy Sarwono, M. (2021). *Buku Ajar Manajemen Strategi*. Surakarta : UNISRI Press.
- Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2020). Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19. *Penelitian IPTEKS* , 245.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, G. C., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Ria Rahmatul Istiqomah. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Khoiri, D. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Semarang: SEAP Southeast Asian Publishing.
- Kompas. (2021, April 9). *kompasiana*. Retrieved from kompasiana.com:
<https://www.kompasiana.com/lifestyle0462/5e4f9b6a097f36287f1bfb32/gaya-hidup-serba-instan-di-era-milenial>
- Raco, D. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Riswandi, A., Thahir, H., & Santi, I. N. (2016). Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan (Studi Pada Rumah Makan Darisa Cafe Kampus). *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 2.

- Rufaidah, P. (2012). *Manajemen Strategik*. Bandung: Humaniora.
- Siyoto, D. S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Kediri: Literasi Media.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahza, P. D. (2021). *Metodologi Penelitian*. Pekanbaru: UR Press Pekanbaru.
- Thompson, A. A., Gamble, J. E., Peteraf, M. A., & III, A. J. (2016). *Crafting and Executing Strategy*. New York : McGraw-Hill Education.
- UPI. (2021, maret 29). *usaha perdagangan indonesia*. Retrieved from perdagangan.id: <https://perdagangan.id/peluang-bisnis-kuliner-umkm-masuk-ke-aplikasi-online/>
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy*. America: Pearson.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.