

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan pada bisnis jajanan pasar di perumahan harapan indah, maka dapat dihasilkan beberapa kesimpulan yaitu:

5.1.1 *Porter's Five Forces*

Pengamatan lingkungan dengan menggunakan analisis *five force's porter* mendapat kesimpulan yaitu berdasarkan hasil analisis bisnis jajanan pasar berada pada lingkungan dengan persaingan yang tinggi. Persaingan yang tinggi terlihat dari banyaknya bisnis jajanan pasar, selain itu dalam bisnis ini perusahaan dapat memproduksi beragam jenis jajanan pasar sehingga sering ditemukan jajanan pasar yang sama tapi berasal dari produsen yang berbeda.

Kemudahan untuk masuknya pendatang baru dalam bisnis ini turut menyebabkan industri dalam bisnis jajanan pasar semakin padat. Bisnis jajanan pasar ini juga memiliki *barrier to exit* yang rendah karena modal yang dibutuhkan untuk bisnis ini tidak besar. Bisnis ini memiliki ketersediaan barang pengganti / substitusi yaitu roti, makanan kemasan, dan *frozen food*. Akan tetapi tidak semua barang pengganti tersebut memberikan pengaruh pada jajanan pasar, karena beberapa

kebutuhan jajanan pasar seperti untuk acara keagamaan tidak bisa digantikan dengan barang pengganti tersebut.

Bisnis jajanan pasar memiliki harga yang sensitif, sehingga memiliki kemungkinan kecil untuk dapat menetapkan harga diatas rata-rata. Hal tersebut membuat konsumen loyal dalam bisnis ini tidak memiliki tawar menawar, sedangkan konsumen baru dalam bisnis ini memiliki kekuatan tawar menawar. Bisnis ini memiliki jumlah pemasok yang banyak. Hal ini menyebabkan pemasok bahan baku untuk bisnis jajanan pasar tidak memiliki kekuatan dalam mempengaruhi harga karena pemilik jajanan pasar dapat berpindah dari satu pemasok ke pemasok lain.

5.1.2 PESTLE

Berdasarkan hasil analisis PESTLE (*Politic, Economi, Social, Technology, Legal, Environment*), dan dihasilkan kesimpulan bahwa dari keenam faktor tersebut terdapat dua faktor yang tidak memberikan pengaruh dalam bisnis jajanan pasar yaitu politik, dan *legal*. Perubahan kondisi politik tidak berpengaruh pada daya beli konsumen jajanan pasar. Faktor *legal* atau hukum tidak memberikan pengaruh pada daya beli konsumen. Pemilik bisnis jajanan pasar yang belum mendaftarkan bisnisnya dan memperoleh PIRT masih dapat memasarkan produknya.

Faktor ekonomi mempengaruhi bisnis jajanan pasar karena penurunan pendapatan masyarakat seperti pada saat ini di tengah kondisi Pandemi Covid-19 akan menurunkan daya beli terhadap jajanan pasar. Faktor ekonomi yang juga mempengaruhi pada harga bahan baku yang menyebabkan biaya produksi jajanan pasar menjadi tidak stabil. Faktor sosial mempengaruhi bisnis jajanan pasar karena

perubahan gaya hidup pada masyarakat yang berpotensi untuk merubah konsumsi masyarakat pada produk jajanan pasar. Faktor teknologi turut memberi pengaruh pada bisnis jajanan pasar. Kemajuan teknologi menjadikan industri ini semakin padat dalam persaingan, akan tetapi juga memberikan pengaruh positif pada pasar yang semakin luas. Perusahaan yang menggunakan teknologi berpeluang memperbesar pasarnya. Faktor terakhir yaitu lingkungan, dalam faktor ini yang memberikan pengaruh adalah curah hujan, lokasi, dan kebersihan. Faktor lingkungan tersebut akan berpengaruh pada bisnis jajanan pasar karena berkaitan dengan kualitas rasa dari produk.

5.1.3 Usulan Strategi

Berdasarkan analisis kondisi lingkungan internal yang dilakukan pada salah satu bisnis jajanan pasar yang ada di Perumahan Harapan Indah yaitu Mayona, maka diperoleh beberapa usulan strategi yang dapat dilakukan untuk bisnis ini yaitu :

1. Mayona dapat membuat kerjasama untuk meningkatkan pembelian putus sehingga mengurangi resiko kerugian menanggung sisa. Strategi ini dapat dipilih dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki Mayona seperti kualitas rasa dan Mayona yang sudah berdiri sejak tahun 2002. Untuk mendukung strategi ini Mayona dapat membuat differensiasi produk / pelayanan. Diferensiasi produk dapat dilakukan dengan cara membuat packaging yang lebih lengkap disertai dengan PIRT dan nama produk.

Mayona dapat menjalin kerjasama dengan usaha *retail* seperti *minimarket*, perusahaan, dan bisnis *bakery*

2. Menciptakan keunggulan kompetitif, hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan produk jajanan pasar *frozen*. Sehingga umur produk jajanan pasar bisa menjadi lebih lama, dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu strategi ini akan membantu Mayona dalam menghadapi kelemahan yang tidak bisa menerima pesanan mendadak karena jumlah karyawan yang terbatas.
3. Mengurangi variasi produk yang di produksi, sehingga Mayona akan lebih fokus pada produk yang laku, hal ini akan membantu kelemahan Mayona saat ini yang memiliki karyawan terbatas. Strategi ini juga akan membantu Mayona dalam menghemat penggunaan bahan baku terutama untuk bahan baku yang tidak tahan lama. Dengan demikian Mayona akan lebih efektif dan efisien. Dalam memilih produk harus memperhatikan penjualan produk tersebut, persaingan produk tersebut di pasar, dan waktu produksi
4. Memanfaatkan kemajuan teknologi dapat dilakukan dengan cara bergabung pada *e-commerce* seperti GOFOOD, GRABFOOD, SHOPEEFOOD, akan tetapi untuk dapat mengambil strategi ini pemilik Mayona perlu untuk melakukan pembelajaran dalam penggunaan teknologi. Teknologi dapat juga digunakan untuk menganalisa pasar yang ada saat ini sehingga dapat melakukan pengembangan produk sesuai kebutuhan pasar. Dengan memanfaatkan teknologi akan membantu Mayona dalam memperluas pasar.

Pemilihan strategi tersebut disesuaikan dengan kemampuan Mayona. Kondisi lingkungan eksternal akan terus mengalami perubahan dan perkembangan hal ini

menuntut pemilik bisnis jajanan pasar harus terus melakukan evaluasi dan perbaikan strategi yang digunakan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk bisnis jajanan pasar Mayona:

1. Untuk dapat memenuhi permintaan konsumen jajanan pasar Mayona dapat membuat kerjasama dengan beberapa pemilik jajanan pasar atau pemilik usaha kuliner untuk dapat memenuhi permintaan yang ada di pasar dan menjangkau segmentasi pasar yang lebih luas.
2. Membuat kreasi tampilan produk yang lebih menarik untuk dapat menghilangkan *image* jajanan pasar yang terkesan ketinggalan jaman. Dengan kreasi tampilan yang menarik akan meningkatkan nilai jual dari produk tersebut.
3. Membuat diferensiasi pada produk pada kemasan dengan menampilkan PIRT dan beberapa informasi lain seperti komposisi, tanggal produksi dan lain-lain. Hal ini akan membantu Mayona dalam meningkatkan *value* dari produk jajanan pasar.

Sedangkan saran yang dapat diberikan untuk industri jajanan pasar yang ada di Kota Bekasi adalah:

1. Industri jajanan pasar dapat membuat satu buah tempat yang menyediakan bukan hanya beragam jajanan pasar akan tetapi juga jajanan yang sedang hits di masyarakat. Hal ini akan mendukung keberadaan jajanan pasar untuk

beragam segmentasi pasar. Tempat dibuat dalam bentuk modern sehingga dapat menarik semua generasi.

2. Bekerja sama dengan hotel- hotel untuk membuat program pengenalan jajanan pasar dengan tampilan yang menarik dan kualitas yang baik. Ini dapat dilakukan contohnya pada saat waktu *breakfast* hotel.

Saran juga dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya atau penelitian sejenis:

1. Dapat mengembangkan dengan penelitian kuantitatif yaitu menggunakan metode QSPM kearah penggunaan teknologi. Sehingga kemajuan teknologi saat ini dapat menjadi pertimbangan bagi produsen / pemilik *home industry* jajanan pasar dalam bertahan dan mengembangkan bisnisnya
2. Melakukan perbandingan kondisi lingkungan internal dengan beberapa perusahaan sejenis
3. Produsen / pemilik *home industry* dapat memperkuat fungsi manajemen, terutama untuk fungsi manajemen keuangan, sehingga dapat memperhitungkan modal yang dibutuhkan untuk pengembangan perusahaan dan produsen / pemilik *home industry* jajanan pasar dapat mengambil keputusan yang terbaik.
4. Dapat membuat penelitian untuk tempat yang menjual jajanan pasar / *reseller* jajanan pasar dengan melakukan wawancara mendalam pada pemilik tempat jual jajanan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- A, D. (2020), Dampak Virus Corona, Industri Makanan Kesulitan Bahan Baku & Harga Mahal . Jakarta: Merdeka.com.
- Adi, W. (2019). Penduduk Kota Bekasi Tertinggi Ketiga, Setelah DKI dan Surabaya . Bekasi : metro.tempo.co.
- Aditya, D. P. (2020). Dampak Virus Corona, Industri Makanan Kesulitan Bahan Baku & Harga Mahal. Jakarta: Merdeka.com.
- ade, p. h. (2017). Usulan Strategi Bersaing Perusahaan Bakery dan Pastry (PT.X) di Kota Bandung.
- Albert. (2016). Analisis dan Usulan Strategi Bisnis Pada PD.Adi Motor Persada, Palembang. Bandung: Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan.
- Andiana, M. (2018). Formulasi strategi perusahaan kontraktor golongan menengah dalam menghadapi persaingan di industri jasa konstruksi .
- Annisa, N., & Ari, P. (2018). Strategi Bersaing Produk UKM Lunpia dengan Menggunakan Analisis Five Forces Porter dan SWOT (Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 171-185.
- Arief, R. (2009). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah . Seminar Teknologo Informasi (SNATI), 24.

- Argomedia. (2018). Strategi Jitu Membangun Home Industri Jajanan dan Lauk. Retrieved Januari 22, 2020, from www.agromedia.net:https://agromedia.net/strategi-jitu-membangun-home-industri-jajanan-dan-lauk-2/
- Bayu, A. (2018). Jajanan Pasar, Kuliner Traditional Indonesia yang Melegenda. Jakarta: Kompasiana.com.
- Claudia, V. P., Altje, T., & Maria, T. (2016). Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, TBK Manado). Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(2), 302-3012.
- David, F. R., & Forest R, D. (2017). Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concept, and Cases 16th Edition. Pearson Education Limited 2017.
- Dewi, A. (2020). Peluang Bisnis Makanan Beku yang Tak Pernah Beku. Jakarta: bisnis.com.
- Ellen, Y. S. (2015). Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan Pada Industri Mikro dan Kecil Bakpia Pathok di Kecamatan Ngampilan Yogyakarta Tahun 2015. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Endang, & amalia. (2015). KAJIAN PENERAPAN PORTER'S GENERIC STRATEGIES DI INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (STUDI KASUS: TELKOMSEL, XL DAN INDOSAT). Jurnal ilmiah teknologi informasi terapan, 2(1), 33-44

- Fred, R., & Forest, R. D. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concept, and Cases 16th Edition* . pearson education limited.
- Gersick, K. E. (1997). *Generation to Generation : Life Cycles of the Family Business*. Boston: Havard Business School Press.
- Group, D. P. (2020). Tentang kami. Retrieved Januari 23, 2020, from <https://www.damaiputra.com>: <https://www.damaiputra.com>
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 5(2), 363-382.
- Julita, & eka, n. s. (2015). Strategi Generic Porter Bagi UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Studi Kasus : Pada UMKM Di Kabupaten Deli Serdang). *Jurnal Akutansi dan Bisnis*, 1(2), 11-25.
- Junarki, k. (2020, Desember 12). Personal Communication . (Maria, Interviewer)
- Kartika, A. (2015). Analisis Strategi Bersaing Industri Kecil Makanan Tradisional (Kasus Pada Usaha Lempuk Durian di Kabupaten Bengkalis). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2(2), 1-14.
- Kementrian, Perindustrian, k. (2019). *Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun*. Jakarta: kemenperin.go.id.
- kompas. (2016). Gebrak Pasar Properti, Kota Harapan Indah Optimis “Sold Out” Lagi. Bekasi: kompas.com.
- lucky, r., ane, k., & dian, k. (2016). Strategi untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Pengembangan, Desain, dan Kualitas Produk (Kasus Pada

- Industri Pakaian Muslim di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Manajemen, Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 105-113.
- Lydiawati, S., & Anastasia, R. . (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Media Sosial Instagram dan Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 124-133.
- Meliana, O. (2018, November 20). Cara mengembangkan dan mempertahankan family business. Retrieved from binus.ac.id: <https://binus.ac.id/malang/2018/11/cara-mempertahankan-dan-mengembangkan-family-business/>
- Monica, O. (2020, April 30). Produk Domestik Regional Bruto Kota Bekasi Menurut Lapangan Usaha 2015-2019. Bekasi: Badan Pusat Statistik Kota Bekasi
- Paskalino, J., & Ronny, M. (2015). Analisis Strategi pada Perusahaan Plastik dengan *Porter's Five Forces*. *AGORA*. 3(1), 736-741
- Rangkuti, & Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rihanto, D. (2019). Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Sumbang 6,35% terhadap PDB Nasional. Jakarta: pikiran-rakyat.com.
- rizky, h. (2020, DESEMBER 12). personal communication. (Maria, Interviewer)
- Sugiyatni. (2018). Kecamatan Medan Satria Dalam Angka Tahun 2018. Bekasi: Badan Pusat Statistik Kota Bekasi.

- Syahril, H., & Bachtiar. (2016). Analisis *Generic Strategy Model Michael Porter* pada PT. Cahaya Murni Borneo Timur untuk Menentukan Pilihan Strategi di Balikpapan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*. 16(2), 130-138
- Tarigan, M. (2020). Bisnis Makanan Beku Makin Tokcer saat Pandemi, 5 Faktor Unggulnya. jakarta: <https://gaya.tempo.co/>.
- Uma, S., & Roger, B. (2016). *Research Methods for Business: A Skill - Building Approach 7th Edition*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Alan, N. H., & Charles, E. B. (2018). *Strategic Management and Business Policy Globalization, Innovation, and Sustainability 15th Edition*. United States: Pearson Education Limited.
- Yosefa. (2017). *Usulan Strategi Pemasaran Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan di PT. X*. Bandung: Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan