

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan, Arnold Dimsum mampu menentukan rancangan strategi bersaing yang tepat. Kesimpulan sebagai berikut:

1. Arnold Dimsum menggambarkan keterbatasan dan tantangan yang terkait dengan *Low Cost Strategy*. Meski memberikan harga yang sangat terjangkau dibandingkan kompetitor. Namun, efektivitas *Low Cost Strategy* terganggu oleh kurangnya diferensiasi produk, sehingga menghambat kemampuannya untuk menetapkan harga yang lebih tinggi atau menumbuhkan loyalitas pelanggan yang kuat. Selain itu, dalam pasar yang sangat kompetitif, pesaing dapat dengan cepat meniru strategi tersebut, sehingga memicu perang harga dan mengurangi margin keuntungan bagi semua peserta.
2. Posisi kompetitif dalam industri terkait dapat dikatakan sangat tinggi, menurut analisis lingkungan eksternal perusahaan berdasarkan *Porter five Forces*. Hal ini terlihat dari berbagai hal, antara lain tingginya proporsi dan kuantitas toko dimsum, melimpahnya alternatif yang tersedia di pasar, dan kuatnya daya beli konsumen. Selain itu, banyaknya pemasok yang tersedia di perusahaan dim sum di wilayah Kota Bandung mungkin dianggap sebagai titik lemah dalam kekuatan pemasok. Masuk akal jika pelanggan

tertentu sudah berkomitmen terhadap merek tertentu. Akan sulit bagi para pendatang baru untuk bersaing dengan loyalitas konsumen.

3. Mengenai lingkungan eksternal bisnis PESTLE, pada tahun 2024 akan ada pesaing politik pada pemilihan umum presiden tahun untuk 2024 hingga tahun 2029. Tentu saja kegiatan seperti ini juga bisa berdampak pada kondisi sektor industri lainnya. Namun industri FNB dan industri restoran tidak terlalu terpengaruh oleh situasi politik di Indonesia. Hal ini karena industri makanan merupakan industri penting yang menyediakan semua kebutuhan manusia. Dengan demikian, hal ini tidak akan berdampak signifikan terhadap industri. Selain itu, Kabupaten Cibeunying Kidul mengalami peningkatan jumlah penduduk, yang memfasilitasi promosi dan penjualan produk usaha dalam skala yang lebih besar serta menawarkan prospek berlimpahnya tenaga kerja atau sumber daya manusia. Terkait permasalahan lingkungan hidup, tampaknya kinerja perusahaan sangat dipengaruhi oleh iklim monsun yang hujan. Selain itu, seiring kemajuan teknologi, semakin populernya internet menimbulkan tantangan serius bagi banyak bisnis yang ingin memperluas operasinya.
4. Dari sisi internal, value chain Arnold Dimsum cukup baik karena berada di kawasan yang menguntungkan, menggunakan media sosial untuk mempromosikan dirinya, mengutamakan efektivitas dalam memilih pemasok, mengantarkan produk ke pelanggan dengan cepat, dan memiliki kemajuan teknologi yang baik. Di sisi lain, beberapa aspek seperti kurangnya standar prosedur operasi dan aksesibilitas sejumlah pekerja dan

peralatan manufaktur yang terbatas merupakan belum maksimal dan perlu dilaksanakannya evaluasi

5. Arnold Dimsum harus menerapkan strategi "*Best Cost Provider*", yang bertujuan untuk memungkinkan bisnis melampaui harapan pelanggan dan memberikan nilai lebih kepada mereka, menurut hasil analisis SWOT berdasarkan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Hal ini didasarkan pada sejumlah elemen penting, termasuk peningkatan fitur, kualitas, dan tampilan serta tetap memperhatikan harga jual yang hemat biaya.

4.2 Saran

Berikut merupakan saran dan rekomendasi berdasarkan kesimpulan yang dapat digunakan oleh Arnold Dimsum:

1. Arnold Dimsum perlu memiliki peningkatan kemampuan beradaptasi dan tanggap terhadap kondisi lingkungan eksternal. Tidak dapat disangkal bahwa dunia usaha pada akhirnya harus menghadapi skenario persaingan yang lebih rumit seiring dengan berkembangnya iklim usaha yang semakin tidak stabil. Dalam skenario ini, tindakan responsif dan adaptif dapat dilakukan melalui beberapa cara, antara lain melalui pembelajaran dan penelitian secara konsisten terhadap kondisi lingkungan pasar, penerapan kepemimpinan kreatif, peningkatan keterampilan manajemen operasional untuk memungkinkan proses yang lebih kompleks dan metodis, dan pengembangan hubungan baik yang kuat dengan konsumen sehingga mereka dapat memperoleh manfaat dari eksplorasi yang lebih mendalam.

2. Arnold Dimsum harus berhati-hati menentukan bagaimana mereka akan menerapkan metode yang disediakan. Dalam situasi ini, perencanaan perusahaan harus berkonsentrasi pada penentuan total anggaran program dan jangka waktu pelaksanaan strategi tertentu, khususnya yang melibatkan pemberian diskon.
3. Untuk meningkatkan antusiasme pelanggan dalam mengikuti kompetisi perusahaan, perusahaan harus memperbaiki tampilan makanan dan tempatnya. Penampilan yang dimaksud harus tampil lebih khas dan artistik, yang dapat dipercantik dengan acara-acara khusus seperti hari raya atau perayaan yang mungkin mendukung tema tertentu.
4. Untuk memperkuat *Best Cost Provider*, Arnold Dimsum dapat memanfaatkan berbagai taktik yang bertujuan untuk meningkatkan penawaran produk, keterlibatan pelanggan, dan daya saing pasar. Dengan melakukan riset pasar secara menyeluruh dan mengumpulkan masukan dari pelanggan, perusahaan dapat memperoleh wawasan berharga mengenai jenis dimsum populer, tren makanan yang sedang berkembang, dan preferensi pelanggan. Dengan memanfaatkan informasi ini, Arnold Dimsum dapat mengembangkan item menu yang inovatif dan menarik yang sesuai dengan target demografinya, sehingga membedakan dirinya dari pesaing dan memperluas basis pelanggannya. Selain itu, dengan secara aktif mengumpulkan dan memanfaatkan umpan balik pelanggan, perusahaan dapat terus menyempurnakan penawaran menunya, memastikan bahwa menu tersebut selaras dengan harapan dan preferensi

pelanggan. Selain itu, Arnold Dimsum dapat meningkatkan presentasi hidangan dimsumnya melalui teknik pengemasan yang kreatif dan menu spesial musiman, sehingga meningkatkan daya tarik visual dan daya tariknya.

4.3 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

1. dapat meningkatkan kapasitas bisnis untuk menghasilkan barang berkualitas tinggi dan memberikan barang dan jasa terbaik. Selain peningkatan kualitas ini, dunia usaha juga akan menjadi lebih sadar bagaimana tetap kompetitif dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif. Intinya, apa yang dibahas adalah dampak dari kegiatan yang responsif dan mudah beradaptasi bila dilaksanakan dengan baik oleh Arnold Dimsum.
2. Dengan memanfaatkan media sosial untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, konsumen akan dapat meningkatkan pengenalan merek. Meningkatnya kesadaran pelanggan akan keunggulan perusahaan tentu akan menghasilkan lebih banyak penjualan di masa depan.
3. Arnold Dimsum akan mengatasi kekurangannya dalam aspek kurangnya tenaga kerja, dan dengan menambahkan fitur dan karakteristik baru, klien akan menikmati sejumlah keuntungan, termasuk kenyamanan dalam setiap kondisi cuaca dan nuansa yang lebih segar dan khas. Pelanggan pada akhirnya akan melihat Arnold Dimsum lebih unik dan menarik, yang

tentunya akan mempengaruhi kemampuannya untuk secara konsisten mengungguli pesaingnya di dunia bisnis.

4. Dengan adanya strategi untuk memperkuat strategi *Best Cost Provider* dijalankan dengan baik dapat memberikan keunggulan kompetitif dengan menawarkan produk yang lebih unik atau nilai lebih unggul dibandingkan pesaing. Hal ini dapat menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan membedakan bisnis di pasar. Memperkenalkan produk inovatif atau menyempurnakan produk yang sudah ada dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan. Pelanggan mungkin bersedia membayar mahal untuk Keunikan baru atau peningkatan kualitas, sehingga meningkatkan laba dan profitabilitas perusahaan. Upaya memperkuat strategi *Best Cost Provider* yang sukses dapat meningkatkan citra dari Arnold Dimsum sendiri, dan pengalaman pelanggan yang positif dengan produk baru dapat memperkuat loyalitas dan kepercayaan merek, sehingga mendorong kesuksesan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- 001, D. (2019, February 10). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*. Kementerian Komunikasi dan Informatika. Retrieved October 4, 2022, from https://www.kominfo.go.id/content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan_media
- Adumayanti Siregar, R. A. (2019, June 24). *Penanganan Pembiayaan Bermasalah Mikro 75ib Di Bank BRI Syariah Kcp Rantau Prapat*. Repository UIN Sumatera Utara. Retrieved October 20, 2022, from <http://repository.uinsu.ac.id/5071/4/BAB%20II.pdf>
- Andriani, D. (2020, June 22). *Melirik Guruhnya Bisnis Dimsum, Modal Hanya 100 Ribuan*. Entrepreneur. Retrieved October 5, 2022, from <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200622/263/1255823/melirik-guruhnya-bisnis-dimsum-modal-hanya-100-ribuan>
- Badan Statistik Kota Bandung. (2022). *Kota Bandung Dalam Angka 2022*. bandungkota.bps.go.id. <https://bandungkota.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=NjAzMTBmYjEyODYyYjQwZDY4OGEzNTc4&xzmn=aHR0cHM6Ly9iYW5kdW5na290YS5icHMuZ28uaWQvcHVibGljYXRpb24vMjAyMi8wMi8yNS82MDMxMGZiMTI4NjJiNDBkNjg4YTM1Nzgva290YS1iYW5kdW5nLWRhbGFtLWFuZ2thLTIwMjluaHRtbA%3D>

- Bajpai, P. (2022, February 14). *Analyzing Starbucks' Value Chain*. Investopedia. Retrieved October 28, 2022, from <https://www.investopedia.com/articles/investing/103114/starbucks-example-value-chain-model.asp>
- Bina Nusantara Mandarin Club. (2018, August 19). *BINUS UNIVERSITY*. Sejarah dan Asal Mula Dim Sum – BINA NUSANTARA Mandarin Club. Retrieved October 4, 2022, from <https://student-activity.binus.ac.id/bnmc/2018/08/19/sejarah-dan-asal-mula-dim-sum/>
- Bonnici, T. S., & Galea, D. (2017, October 30). *SWOT Analysis*. Researchgate. https://www.researchgate.net/publication/272353031_SWOT_Analysis
- Brilyana, Y. A. (2022, August 25). #HJKB212 Kiblat Kuliner Indonesia, Sebanyak 1.234 Restoran Tercatat di Bandung. Retrieved January 4, 2023, from <https://www.bandung.go.id/news/read/6886/hjkb212-kiblat-kuliner-indonesia-sebanyak-1-234-restoran-tercatat-di>
- Chai, W. (2021, February). *What is a value chain and why is it important?* TechTarget. Retrieved October 28, 2022, from <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/value-chain>
- Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2017). *Horngren's Cost Accounting: A Managerial Emphasis*. Pearson Education Limited.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Prentice Hall.

- de Bruin, L. (2018, March 15). *Value Chain Analysis EXPLAINED with EXAMPLES | B2U*. Business-to-you.com. Retrieved October 28, 2022, from <https://www.business-to-you.com/value-chain/>
- Devina, C., Finaka, A. W., & Nurhanisah, Y. (2021). *Kemudahan untuk UMKM dengan UU Cipta Kerja | Indonesia Baik*. Indonesiabaik. Retrieved October 4, 2022, from <https://indonesiabaik.id/infografis/kemudahan-untuk-umkm-dengan-uu-cipta-kerja>
- Dr. Taufiqurokhman, S. Sos., M.SI. (2016). *Manajemen Strategik* (cetakan pertama ed.). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Finaka, A. W. (2023, April 15). *Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi | Indonesia Baik*. Indonesiabaik. Retrieved December 15, 2023, from <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>
- Gamble, J. E., Thompson Jr, A. A., & Strickland III, A. J. (2015). *Crafting and Executing Strategy: Concepts and Readings*. McGraw-Hill Education.
- Gie. (2022, September 9). *Manajemen Strategis: Pengertian, Tujuan, Proses, dan Manfaatnya Dalam Bisnis*. Accurate Online. Retrieved October 20, 2022, from <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-manajemen-strategis/>
- Ginting, A. P., Hubies, M., & Fahma, F. (2019). *Strategi Pengembangan UMKM Pangan Berdaya Saing di Kota Bandung, 14(February), 7*.

<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/article/download/27424/1401>
1901

Jane, O. (2022). *Startegic MAnagement*. PT. RAFIKA ADITAMA.

Jenkins, A. (2020, December 14). *Guide to Inbound and Outbound Logistics: Processes, Differences and How to Optimize*. NetSuite. Retrieved October 28, 2022, from <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/inventory-management/inbound-outbound-logistics.shtml>

Julita, & Sari, E. N. (2015). SEMINAR NASIONAL EKONOMI MANAJEMEN DAN AKUNTANSI (SNEMA) FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG. *Strategi Generik Porter Bagi UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Studi Kasus: Pada UMKM Di Kabupaten Deli Serdang)*, 11.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022, August 24). *Ini Upaya Pemerintah Jaga Peran UMKM sebagai Tulang Punggung Perekonomian*. Kementerian Keuangan. Retrieved January 4, 2023, from <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Ini-Upaya-Pemerintah-Jaga-Peran-UMKM>

KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA. (2021, May 5). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. Retrieved October 4, 2022, from

<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2019, February 18). *Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun*. Kementerian Perindustrian. Retrieved December 11, 2023, from <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->

Kompas.com. (2022, May 20). *Apa Itu Dimsum, Kudapan Tradisional China Teman Minum Teh? Halaman all*. Kompas.com. Retrieved October 4, 2022, from <https://www.kompas.com/food/read/2022/05/20/080600275/apa-itu-dimsum-kudapan-tradisional-china-teman-minum-teh-?page=all#page2>

Mohapatra, S., & Ramadas, S. (2022). *Value Chain Mapping and Analysis*. Indian Council of Agricultural Research.

Nadapdap, J. L. (2020, May 6). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA*. Repository Universitas Internasional Batam. Retrieved January 5, 2023, from <http://repository.uib.ac.id/3204/5/k-1641307-chapter2.pdf>

Rachmawati, I. N. (2007). PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN KUALITATIF: WAWANCARA. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1). <https://media.neliti.com/media/publications/105145-ID-pengumpulan-data-dalam-penelitian-kualit.pdf>

Riadi, M. (2013, March 4). *Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)*. KajianPustaka.com. Retrieved January 5, 2023, from

<https://www.kajianpustaka.com/2013/03/strenghts-weakness-opportunities.html>

Sari, K., Nurliza, Fatimah, M. F. N., Melvia, V., & Putri, A. M. (2021). Analisis Lingkungan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada PT. Telkom Indonesia Tbk. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3051-3056.

Scott, G. (2022, August 1). *Porter's 5 Forces Explained and How to Use the Model*. Investopedia. Retrieved January 5, 2023, from <https://www.investopedia.com/terms/p/porter.asp>

Selian, N., Hudori, A., & Maisyah, M. (2021, July 18). Faktor Analisa Lingkungan Internal (Studi Kasus Berdirinya Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini di Stain Bengkalis). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(2), 714-729. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i2>

Setyaningrum, P. (2022, July 23). *3 Jenis Iklim di Indonesia: Iklim Tropis, Iklim Muson, dan Iklim Laut Halaman all - Kompas.com*. Regional - KOMPAS.com. Retrieved December 13, 2023, from <https://regional.kompas.com/read/2022/07/23/115222878/3-jenis-iklim-di-indonesia-iklim-tropis-iklim-muson-dan-iklim-laut?page=all>

Strickland III, A. J., Gamble, J. E., & Thompson Jr, A. A. (2015). *Crafting and Executing Strategy: Concepts and Readings*. McGraw-Hill Education.

Sukmana, Y. (2020, February 8). *Bisnis Dimsum Masih Menjanjikan, Ini Kisaran Modal Awalnya Halaman all - Kompas.com*. Kompas Money. Retrieved October 5, 2022, from

<https://money.kompas.com/read/2020/02/08/170200926/bisnis-dimsum-masih-menjanjikan-ini-kisaran-modal-awalnya?page=all>

Syafii, M. (2022, December 4). *Metode Penelitian Kualitatif - UMSU Medan Terbaik - Akreditasi Unggul*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Retrieved January 6, 2023, from <https://umsu.ac.id/metode-penelitian-kualitatif-adalah/>

Syahril, N. C. (2012). *HUBUNGAN MOTIVASI BERAGAMA DAN KOMPETENSI KEPERIBADIAN DENGAN PERILAKU DOSEN SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM JAMIAH MAHMUDDIYAH TANJUNG PURA KABUPATEN LANGKAT*. BAB III METODOLOGI PENELITIAN A. Pendekatan dan Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif di. Retrieved January 6, 2023, from http://repository.uinsu.ac.id/590/6/BAB_III.pdf

Tarver, E. (2021, September 1). *Primary Activities of Michael Porter's Value Chain*. Investopedia. Retrieved October 28, 2022, from <https://www.investopedia.com/ask/answers/050115/what-are-primary-activities-michael-porters-value-chain.asp>

Thompson, A., Peteraf, M., & Gamble, J. (2020). *Essentials of Strategic Management: The Quest for Competitive Advantage*. McGraw-Hill.

Wijaya, D. (2017, April 20). *Value Chain Analysis – School of Information Systems*. School of Information Systems – BINUS UNIVERSITY. Retrieved October 27, 2022, from <https://sis.binus.ac.id/2017/04/20/value-chain-analysis/>

Young, J. (2022, July 6). *What Is Procurement?* Investopedia. Retrieved October 28, 2022, from <https://www.investopedia.com/terms/p/procurement.asp>

Yulianti, D. (2020, April). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan. *16(2)*, 103-114. https://www.researchgate.net/publication/340384507_Analisis_Lingkungan_Internal_dan_Eksternal_Dalam_Pencapaian_Tujuan_Perusahaan_Devi_Yulianti