

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Pada bab ini, akan menjelaskan kesimpulan yang didapat dari penelitian yang sudah dilakukan, serta rekomendasi untuk penelitian kedepannya, maka peneliti menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Jika dilihat berdasarkan dari *Generic Strategic Porter*, diketahui bahwa Strategi Bisnis Generik Porter yang paling sesuai dengan PT. Finindo adalah strategi diferensiasi terfokus (*focused differentiation strategy*).
2. Jika dilihat dari berdasarkan *Value Chain* yang dimiliki PT. Finindo, dimana kondisi lingkungan *internal* PT. Finindo menunjukkan 5 (lima) kekuatan, yaitu produk tanpa MSG, produk memiliki kualitas yang baik, bahan baku yang digunakan *premium*, penyajian produk yang praktis, dan ketanggapan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan. Di samping kekuatan yang dimiliki PT. Finindo ada 5 (lima) kelemahan yang dimiliki PT. Finindo yaitu, promosi yang dilakukan kurang optimal, harga produk yang tinggi, produksi tidak stabil, jarang memberikan potongan harga, dan lokasi yang tidak strategis.
3. Jika dilihat dari berdasarkan *STEEPLE* dan *Porter's Five Forces*, kondisi lingkungan *eksternal* PT. Finindo menunjukkan 5 (lima) peluang, yaitu *supplier* berhubungan baik dengan perusahaan, banyak *e-commerce* (seperti Shopee dan Tokopedia) yang bisa dimanfaatkan, banyak media sosial untuk promosi yang bisa dimanfaatkan, gaya hidup masyarakat yang ingin praktis, konsumen membeli dalam jumlah banyak. Di samping adanya peluang, PT. Finindo juga menghadapi 5 (lima) ancaman, yaitu harga bahan baku yang tidak stabil, preferensi konsumen yang berubah-ubah, adanya produk tiruan dengan rasa yang mirip, kuatnya daya tawar pembeli, kuatnya persaingan dengan kompetitor sejenis.
4. Jika dilihat berdasarkan *Competitive Profile Matrix (CPM)*, PT. Finindo (*Forsters*) menempati posisi terendah di antara empat merek, ini menunjukkan bahwa *Forsters* menghadapi tantangan dengan tiga merek lainnya.
5. Jika dilihat berdasarkan dari hasil IFE dan EFE yang membentuk titik koordinat x,y (2,28), (2,26) *Internal External Matrix (IE Matriks)*, dimana posisi PT. Finindo berada di titik kuadran V, yang dimana menunjukkan bahwa strategi yang bisa digunakan oleh PT. Finindo adalah *hold and maintain*.

6. Jika dilihat berdasarkan *Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)*, rancangan strategi perusahaan yang sebaiknya digunakan oleh PT. Finindo berdasarkan hasil analisis adalah strategi “Strategi Penjualan pada Pelanggan yang Telah Ada (*Sales to Existing Customer*)”.

## 5.2 Rekomendasi

1. Jika PT. Finindo ingin menerapkan *broad differentiation strategy* → perusahaan perlu menarik segmen pasar yang lebih luas, dengan menawarkan produk yang memiliki keunikan dan perbedaan dibanding pesaing lainnya. Untuk mencapai strategi ini, terdapat dua hal yang harus dipenuhi oleh PT. Finindo. Pertama, PT. Finindo memiliki pangsa pasar yang luas, dan kedua, menambahkan variasi produk yang lebih beragam. Dengan rekomendasi ini, perusahaan dapat meningkatkan daya tarik produknya di mata konsumen dan menciptakan nilai tambah yang unik.
2. Memanfaatkan media sosial untuk memperluas pangsa pasar B2C (*Business to Customer*) → PT. Finindo dapat menggunakan *platform* seperti Instagram, TikTok untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (dengan membuat konten yang menarik terkait produk saus sambal dan tomat).
3. Menyediakan produk *forsters (offline store)* di banyak lokasi → seperti *supermarket* atau tempat perbelanjaan, agar mudah ditemui konsumen → Memastikan produk saus sambal dan tomat *instan* tersedia di berbagai *supermarket* besar dan *minimarket* lokal, bekerjasama dengan *distributor* untuk memperluas jangkauan *distribusi*.
4. Mengembangkan *online store* PT. Finindo seperti Tokopedia dan Shopee, untuk memudahkan akses pembelian dan pastikan untuk ketersediaan produk *forsters* (khusus penjualan *online*).
5. Menurunkan harga produk *forsters* yang terlalu tinggi → untuk meningkatkan jumlah pelanggan, memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan.
6. Melakukan promosi seperti diskon atau potongan harga → dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek dan loyalitas pelanggan

## DAFTAR PUSTAKA

- Arviana., G. (2024). *Glints*. Ridwan Kamil Teken Kenaikan UMK Bandung 2021. Diakses 18 Oktober 2023. <https://glints.com/id/lowongan/umk-bandung-2021/>
- Alibaba.com (2024). Website Alibaba  
<https://indonesian.alibaba.com/f/mesin-pembuat-saos-tomat.html>
- Ardhan, J. D., & Hatane, S. E. (2015). Analisa Pengaruh *Intellectual Capital dan Inventory Turnover* terhadap *Profitabilitas* Perusahaan. *journal Akuntansi Bisnis*, 59-60.
- BPS Kota Bandung. (2024). PDRB DENGAN MIGAS. Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Bandung. Badan Pusat Statistik. Diakses 20 Mei 2024. <https://bandungkota.bps.go.id/>
- BPS Kota Bandung. (2024). PDRB Perkapita Kota Bandung, 2012-2021 (Juta Rupiah). Badan Pusat Statistik Kota Bandung. Diakses pada tanggal 20 mei 2024.  
<https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2022/12/31/1941/pdrb-perkapita-kota-bandung-2012-2021-juta-rupiah-.html>
- BPS Kota Bandung. (2024). Rata-Rata Pengeluaran PerKapita Seminggu Menurut Kelompok Bumbu-Bumbuan di Kota Bandung (Rupiah/Kapita/Minggu), 2020-2022. Badan Pusat Statistik Kota Bandung. Diakses pada tanggal 20 mei 2024.  
<https://bandungkota.bps.go.id/indicator/5/1295/1/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-bumbu-bumbuan-di-kota-bandung.html>
- BPS Kota Bandung. (2024). Tingkat Pengangguran Terbuka Kabupaten/Kota (Persen), 2021-2023. Badan Pusat Statistik Kota Bandung. Diakses pada tanggal 20 mei 2024.  
<https://jabar.bps.go.id/indicator/6/73/1/tingkat-pengangguran-terbuka-kabupaten-kota.html>
- BPS Kota Bandung. (2024). Rata-rata Upah/Gaji Bersih Sebulan Pekerja Formal di Kota Bandung Menurut Lapangan Pekerjaan Utama (rupiah), 2019. Badan Pusat Statistik Kota Bandung. Diakses pada tanggal 21 mei 2024.  
<https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2020/11/11/1225/rata-rata-upah-gaji-bersih-sebulan-pekerja-formal-di-kota-bandung-menurut-lapangan-pekerjaan-utama-rupiah-2019.html>
- BPS Kota Bandung. (2024). Proporsi Pengeluaran Makanan dan Non Makanan menurut Kelompok Pengeluaran, 2020 - 2023. Badan Pusat Statistik Kota Bandung. Diakses pada tanggal 20 mei 2024.  
<https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2024/02/05/2153/proporsi-pengeluaran-makanan-dan-non-makanan-menurut-kelompok-pengeluaran-2020---2023-.html>
- Cadle J., D. P. (2010). *Business Analysis : Second Edition*. Swindon, United Kingdom: British

*Informatics Society Limited.*

- David, Fred R., Forest R. David. (2015). *Strategic Management - Competitive Advantages Approach 14 th Global Edition, Concept and Cases, London: Pearson Education.*
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing Edisi 15.* Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R., & Forest R. David. (2016). *Manajemen Strategik : Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing, Jakarta: Salemba Empat.*
- David, Fred R., Forest R. David. (2017). *Strategic Management - Competitive Advantages Approach 16 th Global Edition, Concept and Cases, London: Pearson Education.*
- Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis.* Vol 29, 1 Desember 2015.
- Erliza, 2007. Pembuatan Saus Cabe & Tomat Seri pertanian dan industri kecil. *Synergy Media.*
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction.* Yogyakarta. Andi.
- Instagram PT. Finindo Foods. (2023). <https://www.instagram.com/finindofoods/?hl=en>
- Kotler, Philip., & Keller. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Koswara, L. F. (2019). Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan *Luxor* di Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).* Vol 15, No 2 Tahun 2019. Hlm 160.
- Kinsey, A. (2018). *Five Basic Competitive Strategies.* Diambil kembali dari *Biz Fluent.*
- Karunia, A., Yuliansyah, Y., & Sari, D. P. (2020). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku dalam Meningkatkan Efisiensi Perusahaan (Studi Kasus PT. ABC). *Jurnal Ilmu Manajemen,* 8(3), 268-277.
- Kartika, D. (2023). Update Harga Saus Tomat dan Saus Sambal *Sachet* Semua Merek. Diakses 15 Oktober 2023. <https://harga.web.id/harga-saus-tomat-dan-saus-sambal-sachet.info>
- Mangifera, L. (2015). Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) Pada Produk Batik Tulis Di Surakarta. *Benefit Jurnal Manajemen Dan Bisnis,* 19(1), 24-33.
- Mybest.com (2023). Saus Solusi Memilih Produk Terbaik. 10 Rekomendasi Saus Sambal dan Tomat Terbaik. Diakses 20 Oktober 2023. <https://id.my-best.com/109684>
- Mulyono, B., Setiawan, R., & Rahmawati, A. (2020). Analisis Manajemen Logistik dalam Meningkatkan Kinerja Distribusi (Studi Kasus Pada PT.XYZ). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra,* 8(2), 120-129.

- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Monotaro.id. (2024). *Industrial & Office Supply, All Genuine Quality. Ishida scale*. Diakses 28 September 2023 dari <https://www.monotaro.id/p105578947.html>
- Porter, M. (2020). *Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Peifonnance*. New York: The Free Press.
- Patel, M., & Patel, N. (2019). *Exploring Research Methodology*. *International Journal of Research and Review*, 6(3), 48–55.
- Parjaman, T., & Akhmad, D. (2019). Pendekatan Penelitian Kombinasi: Sebagai Jalan Tengah Atas Dikotomi Kuantitatif-Kualitatif. *Jurnal Moderat*, 5(4), 530–548. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/moderat>.
- PickyBest.com, (2022). 10 Rekomendasi Saus Sambal Terbaik. Diakses 07 Oktober 2023. <https://pickybest.id/saus-sambal-terbaik/>
- Setiawan, I. (2016). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,
- Susanto, A. B. (2014). *Manajemen Strategik Komprehensif Untuk Mahasiswa dan Praktisi*, (Jakarta: Erlangga, hlm. 2.
- Sugiyono. (2015). “Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)”. Bandung : Alfabeta
- Sholihah, N. (2021). Analisis Pengaruh Logistik Masuk Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan *Manufaktur*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(1), 14-23.
- Sugianto, Clara A., dan Hongdiyanto, (2017). Perumusan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode *QSPM* pada Bisnis Sambal Noesantara, Vol.2, no.1, pp 106-115, diakses pada tanggal 19 Nov 2023, <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/443>
- Strijker, D., Bosworth, G., & Bouter, G. (2020). *Research methods in rural studies: Qualitative, quantitative and mixed methods*. *Journal of Rural Studies*, 78, 262–270. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.007>
- Sidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In CV Nata Karya (Vol. 53, Issue 9). Nata Karya. [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/Metode%20Penelitian%20Kualitatif%20di%20Bidang%20Pendidikan.pdf).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Shopee.com (2024). *Official Store Shopee PT. Finindo Foods Indonesia*. Diakses 10 Mei

2024. <https://www.tokopedia.com/find/sambal-ibu-jari>
- Tripeni, P., & Setyanti, C. (2018). CNN Indonesia. Alasan Orang Indonesia Tak Bisa Hidup Tanpa Sambal. Diakses 28 September 2023 dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180407091903-262-289014/alasan-orang-indonesia-tak-bisa-hidup-tanpa-sambal>
- Tokopedia.com (2023). *Official Store Tokopedia* PT. Finindo Foods. Diakses 17 Oktober 2023. <https://www.tokopedia.com/finindo>.
- Tokopedia.com (2023). *Official Store Tokopedia* Finna Food. Diakses 17 Oktober 2023. <https://www.tokopedia.com/finnafood/product>
- Tokopedia.com (2023). *Official Store Tokopedia* Cap Ibu Jari. Diakses 17 Oktober 2023. <https://www.tokopedia.com/find/sambal-ibu-jari>
- Tokopedia.com (2023). *Official Store Tokopedia* Indofood. Diakses 17 Oktober 2023. <https://www.tokopedia.com/indofoodofficialstore/etalase/bumbu-masak-dan-penyedap>
- Tokopedia.com (2023). *Official Store Tokopedia* Indofood. Diakses 18 Oktober 2023. <https://www.tokopedia.com/abc-official/product>
- Tokopedia.com (2023). *Official Store Tokopedia* Dua Belibis. Diakses 18 Oktober 2023. <https://www.tokopedia.com/dua-belibis/product>
- Tokopedia.com (2023). *Official Store Tokopedia* Del Monte. Diakses 18 Oktober 2023. <https://www.tokopedia.com/find/delmonte>
- Tokopedia.com (2023). *Official Store Tokopedia* Sasa. Diakses 18 Oktober 2023. <https://www.tokopedia.com/sasaofficial>
- Website Resmi PT. Finindo Foods (2023). <https://pt-finindo-foods-indonesia.business.site/>
- Website *AMTAST* Indonesia (2024). Distributor resmi *AMTAST* di Indonesia. Mesin *Diagram Ishikawa Viskositas*, Alat Ukur *Viskositas AMTAST NDJ-1*). Diakses 28 September 2023 dari <https://amtast.id/product/alat-ukur-viskositas-amtast-ndj-1/>
- Website *Google Business* PT. Finindo Foods Indonesia <https://g.co/kgs/jvqK3rn>
- Website *We Are Social - Digital* (2024). Diakses 13 Mei 2024. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Waruwu. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Method*). *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol 7, No. 1 Tahun 2023, hlm 2898-1905.
- Williams, C. (2017). *Research Methods. Environmental Science and Engineering*, 5(3), 81–82. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-10906-0\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-319-10906-0_5)