

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Setelah serangkaian penelitian dilakukan, pada akhirnya peneliti sampai pada kesimpulan dari penelitian ini. Kesimpulan penelitian ini harus dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan pada identifikasi masalah di awal penelitian. Berikut kesimpulan-kesimpulan yang didapat:

- 6.1.1 Setelah melakukan analisis terhadap Dianti Daily, terdapat faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan yang mempengaruhi dalam melakukan strategi inovasi. Faktor lingkungan eksternal yang paling berpengaruh adalah aspek teknologi, yaitu teknologi informasi dan aspek sosial, yaitu kebutuhan primer masyarakat. Teknologi informasi sangat berpengaruh karena dengan perkembangan teknologi saat ini dapat sangat memudahkan kegiatan usaha perusahaan, seperti penggunaan aplikasi berbasis IT untuk mendukung kegiatan kasir dan media sosial untuk mendukung kegiatan promosi. Sedangkan aspek sosial, kebutuhan primer masyarakat akan pangan dan gaya hidup juga sangat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan strategi inovasi. Perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat dari segi pangan dengan menyajikan makanan yang enak dan praktis, serta kebutuhan masyarakat akan gaya hidup dengan menyajikan produk makanannya secara menarik. Peneliti juga menganalisis faktor eksternal perusahaan berdasarkan analisis *five forces models of competition* oleh Porter. Menurut analisis ini,

terdapat aspek-aspek yang paling mempengaruhi perusahaan dalam melakukan strategi inovasi, yaitu ancaman dari pendatang baru, pemasok, dan persaingan industri. Aspek pendatang baru menjadi ancaman bagi perusahaan ketika banyak pendatang baru bermunculan dengan berbagai tren kreasi dan inovasi yang semakin beragam. Sedangkan pemasok juga dapat mengancam kelangsungan perusahaan ketika pemasok mematok harga yang terlalu tinggi pada bahan baku produk-produknya. Terakhir, persaingan industri juga sangat mengancam bagi perusahaan karena banyak industri sejenis baru yang memiliki produk serupa dengan harga yang kompetitif.

Faktor lingkungan internal yang paling berpengaruh adalah aspek pemasaran, produksi, dan organisasi. Aspek pemasaran memegang pengaruh penting dalam perusahaan melakukan strategi inovasi karena dengan pemasaran yang benar dapat meningkatkan penjualan produk dan pengetahuan masyarakat akan produknya. Aspek yang tidak kalah penting adalah aspek produksi. Kegiatan produksi yang dilakukan perusahaan dilakukan dalam dua tahap, yaitu persiapan di dapur kotor dan penyajian di dapur bersih. Setiap kegiatan produksi yang terjadi baik di dapur kotor maupun dapur bersih dilakukan secara teliti dan tetap dikontrol oleh pemilik demi menjaga kualitas produk. Aspek terakhir adalah organisasi. Walaupun sampai saat ini aspek organisasi belum terlalu difokuskan oleh perusahaan, tetapi aspek ini sangat penting karena menyangkut struktur

perusahaan yang dampaknya terhadap kelangsungan perusahaan kedepannya.

6.1.2 Dalam perjalanannya, Dianti Daily telah melakukan beberapa inovasi demi kelangsungan usahanya, baik yang sudah dikembangkan maupun yang belum terlalu dikembangkan. Berikut inovasi-inovasi yang telah dilakukan oleh Dianti Daily:

- Inovasi Produk: menyajikan produk *best seller* dari Dianti Catering yaitu Nasi Lidah Saus Keju dengan konsep *rice bowl* yang menarik dan praktis. Menyediakan menu Liwet Botram yang sedang banyak diminati masyarakat, serta menyediakan menu paket makanan setengah jadi saat bulan Ramadhan.
- Inovasi Proses: Menggunakan sistem dua dapur, dapur kotor dan dapur bersih untuk menyasati tempat usaha yang tidak terlalu besar dan masih bergabung dengan pelaku usaha lain.
- Inovasi Pemasaran: Memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media promosi dan *event-event* di Kota Bandung seperti *Trademark Market* dan *Keuken* untuk mengenalkan produk dan menjaga eksistensi.

6.1.3 Teknik SCAMPER digunakan sebagai media untuk mengembangkan inovasi-inovasi di Dianti Daily. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan peneliti dan dikomunikasikan dengan pihak perusahaan, teknik *Combine*, *Magnify*, dan *Put to Other Uses* memiliki kemungkinan paling besar untuk direalisasikan.

- **Combine**

**Produk:** Mengombinasikan menu yang ada dengan membuat paket-paket *all-in*. Pembuatan paket juga bisa dengan bekerja sama dengan sesama pelaku usaha yang berada di tempat tersebut. Misalnya paket yang sudah termasuk dengan makanan dari Dianti Daily, minuman dan makanan penutup dari sesama pelaku usaha disana dengan harga yang lebih murah jika dibandingkan membeli satuan.

**Proses:** Mengombinasikan proses yang tradisional dengan proses modern, seperti pengolahan terhadap bahan-bahan pokok seperti daging dengan cara yang tetap tradisional, tetapi menggunakan teknologi modern untuk mempercepat proses memotongnya.

**Pemasaran:** Mengombinasikan cara promosi dan pemasaran yang tradisional dengan cara modern, seperti tetap mempertahankan cara promosi dengan memperbanyak link untuk menjangkau masyarakat yang dekat, dan menggunakan teknologi media sosial untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas.

- Magnify

**Produk:** Meluaskan variasi produk dengan tidak hanya menjual makanan utama saja, melainkan meluaskannya menjadi makanan penutup dan berbagai varian minuman.

**Proses:** Fokus pada salah satu menu yang menjadi andalan Dianti Daily, kemudian meluaskan lagi proses produksi yang selama ini telah dilakukan. Misalnya selama ini Dianti Daily fokus dengan menu nasi lidah saus keju. Dianti Daily bisa mendalami kembali bagaimana cara mengolah lidah sapi, sehingga didapat rasa yang lebih kuat.

**Pemasaran:** Meluaskan dan melebarkan jangkauan masyarakat, tidak hanya masyarakat kota Bandung saja, dengan cara mulai mengikuti *event* dan *bazaar* yang berada di kota-kota besar lainnya, seperti Jakarta dan sekitarnya.

- Put to Other Uses

**Produk:** Untuk produk yang disajikan oleh Dianti Daily, selain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pangan, Dianti Daily juga berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat hangout yang nyaman. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan menyediakan fasilitas yang nyaman, seperti tata kursi dan meja, *free wifi*, dan alunan musik yang merelaksasi.

**Proses:** Dapur bersih yang digunakan Dianti Daily untuk mengolah sajian yang akan dijual ke konsumen, bisa juga

diperuntukan sebagai open kitchen yang dapat membuat suasana serta aroma lebih kuat dan mendukung, serta memberikan efek tidak sabar untuk segera mencicipi masakan Dianti Daily. Hal tersebut dapat dikembangkan dengan merombak *layout* dapur bersih menjadi lebih terlihat oleh konsumen yang datang dan dapat melihat sebagian proses masak.

**Pemasaran:** Promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh Dianti Daily tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk semakin meningkatkan eksistensi Dianti Daily dimata masyarakat luas dan tidak mudah untuk dilupakan, seperti memberikan produk gratis kepada tokoh-tokoh tertentu (artis, *food blogger*, *social influencer*, dll) dengan harapan mereka memberikan *feedback* positif terhadap produk.

## 6.2 Saran

Setelah berbagai tahap dilakukan, akhirnya sampailah peneliti pada tahap ini, yaitu memberikan masukan dan saran terhadap perusahaan. Dalam memberikan saran, peneliti menggunakan beberapa teori. Salah satu teori yang peneliti gunakan adalah analisis SWOT dan kemudian dikembangkan menjadi Matriks SWOT. Dengan menggunakan Matriks SWOT, peneliti mendapatkan beberapa ide inovasi baru yang memungkinkan untuk dikembangkan oleh Dianti Daily. Ide-ide yang didapat berdasarkan Matriks SWOT ini memiliki kemungkinan untuk direalisasikan lebih besar karena didapat berdasarkan analisis kekuatan,

kelemahan, peluang, dan ancaman dari Dianti Daily. Dibawah ini adalah saran yang menurut peneliti dapat dilakukan oleh perusahaan untuk pengembangan strategi inovasi.

- Dianti Daily juga harus mulai fokus pada promosi dan pemasaran jika ingin terus dikenal orang. Selama ini, bagian promosi dan pemasaran masih dipegang langsung oleh pemilik, sehingga kurang fokus. Dianti Daily bisa mulai merekrut orang-orang yang memang berpengalaman di bidang promosi dan pemasaran, membentuk sebuah tim yang dapat fokus membuat program-program promosi untuk Dianti Daily.
- Dalam jangka panjang, Dianti Daily berencana untuk pindah ke tempat usaha yang mandiri dan pastinya lebih besar. Dengan perkembangan tersebut, Dianti Daily harus mulai memperkuat sistem organisasi yang ada, membuat sistem kekeluargaan yang selama ini dianut menjadi sebuah sistem yang lebih profesional. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan diadakannya training rutin untuk para karyawan. Dalam training tersebut dapat diisi dengan pengetahuan akan industri kuliner, bagaimana memasarkan produk, dan lain-lain.
- Sambal Dianti Daily merupakan salah satu menu pendamping yang disukai banyak konsumen, namun seperti yang telah diketahui, harga bahan baku sambal, yaitu cabai selalu tidak menentu harganya, seringkali tinggi. Selera konsumen terhadap

rasa pedas juga berbeda-beda. Hal ini dapat diatasi dengan cara memberikan level pedas pada sambal, sehingga bahan baku cabai yang digunakan dapat disesuaikan. Dengan cara ini, Dianti Daily dapat memaksimalkan bahan baku dan tidak membuangnya sia-sia.

Selain menggunakan analisis SWOT dan Matriks SWOT, peneliti juga menggunakan teknik SCAMPER untuk memberikan alternatif inovasi yang dapat dilakukan dan dikembangkan oleh Dianti Daily. Berdasarkan tabel SCAMPER yang telah dibuat, diketahui bahwa hanya beberapa teknik yang mendapat skor tinggi, sehingga kemungkinan untuk direalisasikan juga tinggi.

- Mengombinasikan menu yang ada dengan membuat paket-paket *all-in*. Pembuatan paket juga bisa dengan bekerja sama dengan sesama pelaku usaha yang berada di tempat tersebut. Misalnya paket yang sudah termasuk dengan makanan dari Dianti Daily, minuman dan makanan penutup dari sesama pelaku usaha disana dengan harga yang lebih murah jika dibandingkan membeli satuan.
- Meluaskan variasi produk dengan tidak hanya menjual makanan utama saja, melainkan meluaskannya menjadi makanan penutup, seperti makanan penutup khas dari berbagai daerah di Indonesia yang sudah mulai banyak dilupakan dan

berbagai varian minuman segar, sehingga konsumen mendapatkan pelayanan yang praktis dalam satu tempat.

- Fokus pada salah satu menu yang menjadi andalan Dianti Daily, kemudian meluaskan lagi proses produksi yang selama ini telah dilakukan. Misalnya selama ini Dianti Daily fokus dengan menu nasi lidah saus keju. Dianti Daily bisa mendalami kembali bagaimana cara mengolah lidah sapi, sehingga didapat rasa yang lebih kuat. Atau mulai berinovasi dengan berbagai varian saus dan sambal yang dapat melengkapi menu lidah tersebut, seperti nasi lidah sambal matah.

## Daftar Pustaka

- Aulia, D., & Ikhwana, A. (2013). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun. *Jurnal Kalibrasi*, 2.
- Berita Satu. (2013, Maret 22). *Pertumbuhan Industri Makanan Tetap Naik*. Retrieved from Berita Satu: <http://sp.beritasatu.com/ekonomidanbisnis/pertumbuhan-industri-makanan-akan-tetap-naik/32680>
- BPS Provinsi Jawa Barat. (2016). *Provinsi Jawa Barat dalam Angka 2016*. BPS Provinsi Jawa Barat.
- David, F. R. (2007). *Strategic Management*. New Jersey: Pearson Education inc. Pearson Prentice Hall.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: concepts and cases*. New Jersey: Prentice Hall.
- Fontana, A. (2011). *Innovate We Can*. Cipta Inovasi Sejahtera.
- Hurley, R. F., & Hult, G. M. (1998). *Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination*. American Marketing Association.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing 14th edition*. England: Pearson Education Limited.
- Lubis, A. N. (2004). STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS. 3.
- Moloeng, L. J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian, Cetakan Ketiga*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Perdana, P. P. (2014, April 28). *Ridwan Kamil: Semua Usaha di Bandung Harus Punya Izin*. Retrieved from Kompas: <http://regional.kompas.com/read/2014/04/28/2102394/Ridwan.Kamil.Semua.Usaha.di.Bandung.Harus.Punya.Izin>
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Prakoso, A. (2016, Agustus 13). *Akbar Tandjung: Situasi Politik Saat Ini Sudah Pragmatis*. Retrieved from Tribun News: <http://www.tribunnews.com/nasional/2016/08/13/akbar-tandjung-situasi-politik-saat-ini-sudah-pragmatis>
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffuision of Innovation Third Edition*. London: Collier Macmillan Publishers.

- Septyaningsih, I., & Yolanda, F. (2017, Januari 26). *Pengamat: Pertumbuhan Ekonomi Enam Persen Butuh Waktu*. Retrieved from Republika:  
<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/01/25/okcbq5415-pengamat-pertumbuhan-ekonomi-enam-persen-butuh-waktu>
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata. (2008). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2005). *Strategic Management in Action, cetakan ke empat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.