

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis strategi ekspansi La Bucato Smart Laundry dari bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan :

1. La Bucato Smart Laundry membangun bisnisnya dengan melihat kebutuhan konsumen saat ini. Value proposition yang dimiliki oleh perusahaannya sudah menjawab kebutuhan konsumen saat ini. Inovasi – inovasi yang dilakukan pada produk jasanya adalah inovasi yang belum ada pada laundry konvensional sehingga menjadi sebuah keunggulan bagi La Bucato Smart Laundry. Inovasi tersebut ada pada waktu pengerjaan, fasilitas dan kenyamanan yang di dapatkan konsumen.
2. Berdasarkan hasil pembahasan mengenai proses pertumbuhan dan potensi pertumbuhan La Bucato Smart Laundry saat ini berada pada posisi bertumbuh (*growth*) dan dapat bertahan menghadapi pesaing-pesaingnya. Untuk strategi yang digunakan perusahaan saat ini adalah Strategi low cost dan strategi ekspansi.
3. Rencana strategis yang dilakukan oleh La Bucato Smart Laundry adalah rencana strategis yang bertahap dengan jangka waktu *short-term* dan dengan mempertahankan strategi yang dijalankan perusahaan, melakukan uji coba lalu mengevaluasinya.

4. Langkah ekspansi yang dilakukan perusahaan adalah langkah ekspansi yang telah di susun oleh perusahaan, namun langkah lain yang dilakukan perusahaan yaitu drngan mempertimbangkan lokasi, konsep dan harga yang akan ditetapkan pada outlet baru.

## **6.2. Saran**

Berikut adalah rekomendasi yang akan di berikan peneliti untuk La Bucato Smart Laundry agar bisa menjalankan strategi ekspansinya :

1. Tetap mempertahankan strategi yang telah dilakukan oleh La Bucato Smart Laundry karena melalui strategi samudera biru yang dijalankan La Bucato Smart Laundry dapat memiliki keunggulan tersendiri di industri jasa laundry.
2. Selalu mempertahankan kualitas pelayananan jasanya. Dengan mempertahankan kualitas pelayanan jasanya maka La bucato Smart Laundry dapat menciptakan citra tersendiri di mata konsumen sehingga banyak konsumen yang akan menggunakan kekuatan persuasinya untuk mempengaruhi konsumen lain untuk mencoba layanan pada La Bucato Smart Laindry.
3. Masih banyak masyarakat yang belum paham akan sistem kerja laundry koin yang akan mengarah pada self-service sehingga peneliti merekomendasikan La Bucato Smart Laundry untuk mempublikasikannya melalui poster dan juga media sosial.
4. Untuk langkah ekspansi selanjutnya peneliti merekomendqasikan La Bucato Smart Laundry juga membuka gerainya tidak hanya di sekitar

apartment atau kampus tertentu tetapi bisa membukanya di perumahan-perumahan.

## DAFTAR PUSTAKA

A. Osterwalder dan Y. Pigneur. 2010. *Business Model generation*. New York: John Wiley & Sons.

F. Rangkuti. 2006, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 12th ed. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

M. Porter. 1980, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.

Kotler, Philip. 2000, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta: Prehallindo.

Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2008. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi

Wahuni, Tri. "Survey Bandung Kota Ter-favorit Wisatawan se-ASEAN". 15 Maret 2018. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150210162426-269-31086/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean>