

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan:

1. Faktor Eksternal yang menjadi peluang bagi perusahaan The Monchis Cake yaitu diantaranya adalah (1) Peluasan pasar yang pesat, (2) tidak adanya batasan geografis, dan (3) meningkatnya daya beli masyarakat. Sedangkan faktor-faktor yang menjadi ancaman bagi perusahaan The Monchis Cake yaitu : (1) Adanya pemain yang lebih besar, (2) Pesaing yang agresif, (3) Kesadaran merek yang rendah.
2. Faktor Internal yang menjadi kekuatan bagi perusahaan The Monchis Cake diantaranya yaitu: (1) Keahlian teknis dan pengetahuan yang kuat, (2) Proporsi nilai yang unik, (3) Daya pasokan kuat. Sedangkan faktor internal lain yang menjadi kelemahan perusahaan The Monchis Cake yaitu: (1) Tidak ada struktur dan sistem yang formal, (2) Model bisnis baru, (3) Bisnis tergantung pada pemilik.
3. Strategi yang tepat bagi perusahaan The Monchis Cake yaitu melalui *Sweet Spot Strategy* dimana perusahaan The Monchis Cake harus memiliki sesuatu yang diberikan kepada konsumen yang tidak dapat diberikan oleh pesaing lainnya.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, berikut beberapa saran untuk perusahaan The Monchis Cake:

1. Memperbaiki sistem manajerial yang ada, karena dengan sistem manajerial perusahaan yang terstruktur dan formal, akan membantu perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya.
2. Memperkenalkan *brand* The Monchis Cake melalui *public figure* seperti promosi melalui selebgram.
3. Memperluas pangsa pasar untuk peningkatan penjualan.
4. Mengembangkan pemasaran perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

Luis et al. (2006). Nutritional assessment: predictive variables at hospital admission related with length of stay. *Annals of nutrition and metabolism*, 50 (-): 394-398

Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta:

Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr. (2008). *Manajemen Strategis 10*. Salemba Empat : Jakarta

Jatmiko, Rahmad Dwi. 2003. *Manajemen Stratejik*. Malang : UMM Press

Allison, M., dan Kaye, J. 2004. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Wheelen, Thomas L dan Hunger, J. David .(2012). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi

David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat

David, Fred R. 2012. *Strategic Management Concepts & Cases*. Pearson Academic; 14th edition

Lestari, Endah Prapti. 2011. *Pemasaran Strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta