

BAB 6

Kesimpulan dan Saran

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan pada bab-bab sebelumnya mengenai Strategi Ekspansi yang dilakukan oleh Sabana Fried Chicken, maka peneliti dapat menarik kesimpulan:

1. Strategi ekspansi yang sudah dilakukan oleh Sabana adalah dengan franchise. Dengan keunikan sistem keuntungan franchise yang digunakan oleh Sabana, yaitu keuntungan bahan baku maka Sabana sudah terbilang berhasil dalam strategi franchisenya tersebut. Terbukti sampai Oktober 2018 jumlah gerai yang dimiliki oleh Sabana kurang lebih 2300 gerai, yang dimana jumlah tersebut sangat besar jika dibandingkan dengan usaha sejenis. Dengan strategi ekspansi yang sudah sangat dikenal ini, Sabana juga dapat membantu perekonomian negeri ini dengan diinjuknya Sabana sebagai salah satu usaha yang dipercayai akan dapat membantu masyarakat kecil untuk maju, salah satu caranya dengan berbisnis.
2. Sabana Fried Chicken memiliki kekuatan-kelemahan dan peluang-ancaman sebagai berikut:
 - Strength

- Sabana Fried Chicken adalah pelopor dalam industry ayam goreng crispy dengan konsep gerobak
- Sabana tidak memiliki *franchise fee* dan *royalty fee*
- CSR yang dimiliki Sabana tinggi
- Harga relatif murah
- Weakness
 - Pemasaran yang masih lemah sehingga pasar tidak berkembang
 - Sistem SDM yang diterapkan masih kurang dimaksimalkan
- Opportunity
 - Membuka unit usaha baru
 - Pembangunan pabrik
 - Image perusahaan yang baik
- Threats
 - Pesaing yang lebih inovatif daripada Sabana
 - Ketidakstabilan harga bahan baku

3. Langkah-langkah yang dapat diambil Sabana untuk dapat terus bertahan di usaha franchise ayam goreng crispy ini antara lain:

- Memperluas jaringan franchise
- Memang saat ini Sabana baru dapat memasuki pasar Jawa dan Sumatera, dan Bali tetapi tidak menutup kemungkinan untuk

Sabana dapat masuk ke pulau lain dengan image dan sistem franchise yang digemari oleh masyarakat

- Mempertahankan kualitas

Karena Sabana bergerak dibidang kuliner yang dimana salah satu faktornya adalah kualitas, rasa dan harga, maka akan sangat sangat penting untuk mempertahankan tersebut.

Untuk mempertahankan kualitas dan rasa, Sabana tidak jarang melakukan sidak dadakan ke gerai-gerai yang ada untuk mengontrol kualitas dan rasa apakah sudah sesuai dengan standar Sabana

- Membuka pabrik dari hulu ke hilir

Dengan berdirinya pabrik dari hulu ke hilir, maka akan sangat membantu dari segi harga. Sabana akan dapat menekan biaya produk mereka sehingga mereka konsisten di pangsa pasar menengah kebawah tanpa harus mengurangi kualitas dan rasa.

6.2 Saran

Berikut adalah saran yang dapat peneliti berikan kepada Sabana Fried Chicken untuk membantu keberlangsungan perusahaan :

1. Sabana harus melakukan pemasaran yang lebih inovatif.

Untuk saat ini Sabana memanfaatkan bentuk pemasaran *word of mouth* sebagai pemasaran yang utamanya, tetapi akan sangat baik jika mereka

melakukan bentuk pemasaran yang lain seperti halnya memanfaatkan media social lebih banyak lagi, seperti melakukan endorsement sehingga pasar mereka tidak berfokus kepada menengah kebawah, melainkan seluruh kalangan.

2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusianya

Karena menurut hasil wawancara ada beberapa karyawan yang berada di kantor pusat Sabana hanya lulusan SMP-SMA maka ada baiknya untuk yang SDM begitu diberi perhatian khusus sehingga mereka tidak merasa adanya kesenjangan antara karyawan yang lulusan SMP-SMA dengan karyawan yang sarjana. Karena biar bagaimanapun keselarasan stakeholder dalam perusahaan sangat penting, mulai dari antara manager dengan karyawan maupun antara karyawan dengan karyawan, semua harus berjalan dengan harmonis agar tidak mengganggu jalannya usaha

3. Melakukan inovasi produk

Sabana untuk saat ini masih mengandalkan produk classic mereka yaitu ayam goreng crispy tanpa tambahan apapun. Memang mereka sudah memiliki varian menu lain seperti burger, ayam geprek, spageti, tetapi hal tersebut tidak cukup untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis. Perusahaan sejenis sudah lebih dulu dan lebih banyak mengeluarkan menu-menu baru yang inovatif yang Sabana belum memilikinya.

4. Terus menjaga *image* baik yang dimiliki Sabana

Citra perusahaan yang baik dapat digunakan sebagai modal untuk langkah kedepannya yang akan Sabana lakukan. Seperti halnya apabila mereka jadi memfranchise-kan unit bisnis baru mereka yaitu restoran, mungkin tidak akan memakan waktu dan tenaga yang banyak untuk menarik calon mitra, karena Sabana memang sudah terkenal akan franchise ayam goreng crispy gerobak mereka, maka calon mitra pun pasti akan lebih mudah untuk percaya kepada Sabana, karena citra perusahaan yang sudah baik tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2013). *Strategic Management*. Depok: Rajagrafindo.
- Bambang, Hariadi. (2005). *Strategi Manajemen*. Jakarta : Bayumedia Publishing.
- David, Fred R, 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- David, Fred R. 2012. *Strategic Management (Manajemen Strategis Konsep)*
Penerbit:
Salemba Empat. Jakarta.
- Glueck, William F, dan Lawrence R, Jauch. 1998. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta : Erlangga.
- Hunger, J David dan Thomas L. Wheelan. 2003. *Manajemen Strategis*.
Yogyakarta: Andi
- Orsino, P. S. (1996). *Successful Business Expansion*. Jakarta: Gramedia.
- Pearce dan Robinson. 1997. *Manajemen Strategik, Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Pearce dan Robinson, 2007, *Manajemen Strategi*, Salemba Empat, Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:
Alfabeta.
- Wheelen, T., & Hunger, J. (2010). *Strategic Management and Business Policy*.
Prentice Hall.