

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada BAB V, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal, sebagai berikut:

- (1) Potensi pertumbuhan Ayam Penyet Dapur Ibu dari awal berbisnis sampai saat ini, dalam bidang kuliner dengan berbahan dasar ayam khususnya ayam penyet dirasakan cukup bersaing secara ketat dan untuk kompetitor yang menjual menu sejenis yang digemari, seperti Ayam Penyet Surabaya, Ayam Penyet WSG, dan Ayam Penyet Aa Dodoy. Akan tetapi, untuk Ayam Penyet Dapur Ibu sendiri tidak menjadikan Ayam Penyet Dapur Ibu memiliki sepi pembeli, ini ditunjukkan dengan penjualan yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.
- (2) Strategi ekspansi yang telah dilakukan oleh Ayam Penyet Dapur Ibu, yaitu menggunakan *development market* (perluasan pasar). Perusahaan menawarkan produk-produk yang sudah ada ke daerah-daerah yang belum terjangkau. Ayam Penyet Dapur Ibu memperluas jangkauan pasarnya ke daerah Jawa Barat lainnya selain Sukabumi, yaitu Depok dan Jatinangor. Perusahaan juga berencana akan membuka gerai baru di daerah Jawa Barat lainnya, yaitu Cibadak (kabupaten Sukabumi) dan Bandung.

(3) Berdasarkan hasil analisis prospek keberhasilan atas keputusan melakukan ekspansi pada Ayam Penyet Dapur Ibu dilihat dari modal dan sumber daya yang memadai, logistik yang mencukupi, kerjasama, dan struktur organisasi yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, terdapat beberapa kunci keberhasilan Ayam Penyet Dapur Ibu, yaitu pemilihan strategi yang strategis di daerah Jawa Barat, pelayanan yang ramah dan cepat, harga yang ditawarkan terjangkau, memiliki menu yang beragam dan menyediakan menu makanan atau minuman yang digandrungi masyarakat serta memiliki ciri khas sambal. Sehingga, prospek keberhasilan atas keputusan ekspansi Ayam Penyet Dapur Ibu adalah dengan terus membuka gerai-gerai di wilayah baru yang belum terjangkau.

6.2 Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada BAB V, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai bentuk implementasi strategi untuk Ayam Penyet Dapur Ibu, yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk perusahaan, yaitu sebagai berikut:

(1) Dalam *key success factor*, pemasaran adalah salah satu cara agar meningkatkan volume penjualan. Ayam Penyet Dapur Ibu dirasa masih kurang dalam melakukan pemasaran, baik secara *offline* maupun *online*. Pada jaman sekarang ini, pemasaran secara *online* adalah hal termudah untuk dilakukan, karena banyaknya pengguna sosial media di Indonesia. Diharapkan dengan dilakukannya

strategi pemasaran menggunakan sosial media dapat mendapatkan laba yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya.

- (2) Ayam Penyet Dapur Ibu memiliki menu yang beragam dan beberapa jenis sambal dengan ciri khas masing-masing. Masyarakat Indonesia sejatinya sangat menyukai sambal. Konon, makanan pedas selalu dapat meningkatkan nafsu makan. Mayoritas masyarakat Indonesia menyukai makanan pedas dengan selera dan tingkat kepedasan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, diharapkan dengan adanya pilihan berbagai macam level sambal, konsumen dapat memilih level sesuai dengan selernya masing-masing.
- (3) Prospek keberhasilan dari Ayam Penyet Dapur Ibu adalah dengan membuka gerai-gerai baru di wilayah yang belum terjangkau, oleh sebab itu perusahaan dapat melakukan *franchise*. *Franchise* merupakan satu cara yang efektif untuk mendistribusikan produk atau jasa sebuah perusahaan. Bisnis dapat melakukan ekspansi secara cepat melalui pewaralabaan (*franchise*) karena biaya dan peluang yang muncul disebar di kalangan banyak individu. Selain itu, perusahaan dapat meminimalkan biaya untuk meningkatkan profit, yaitu pemilik waralaba (*franchisor*) dapat membantu kegiatan pemasaran, dan sistem bisnis dapat dilakukan dalam waktu yang relatif singkat dan mudah jika dibandingkan dengan membuat bisnis dari awal. Selain itu dapat meminimalisasi risiko kerugian, karena ada mentor bisnis yang akan membantu menyelesaikan setiap

permasalahan, dan memiliki kemudahan dalam akses pendanaan dari pihak perbankan, karena dibantu oleh pewaralaba (*franchisor*).

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D. (2018, Januari 13). *Ini 5 Gerai Ayam Penyet di Depok yang Punya Sambal Pedas Nikmat!* Retrieved from detikfood: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3813456/ini-5-gerai-ayam-penyet-di-depok-yang-punya-sambal-pedas-nikmat>
- Ayam Penyet Dapur Ibu. (2018, Maret 3). *Ayam Penyet Dapur Ibu*. Retrieved from Twitter: <https://twitter.com/ayampenyetdapur>
- Badan Pusat Statistik Kota Sukabumi. (2018, Januari 17). *Jumlah Penduduk Kota Sukabumi 2008-2016*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Kota Sukabumi: <https://sukabumikota.bps.go.id/>
- Baldwin, D. (2017, Oktober 6). *Strategy Analysis: Expand*. Retrieved from Course and Direction: <http://www.cssp.com/CD0810b/StrategicPlanningExpandStrategy/>
- Bohang, F. K. (2018, Februari 22). *Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?* Retrieved from KOMPAS: <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>

- Daulay, R. (2011). Faktor-faktor yang Menentukan Ekspansi Perusahaan ke Pasar Global. *Jurnal Manajemen & Bisnis Vol. 11 No. 01 April 2011 ISSN 1693-7619*.
- David, F. R. (2012). *Konsep Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Entrepreneur. (2017, Desember 8). *Competitive Analysis*. Retrieved from Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/competitive-analysis>
- Fadil, I. (2017, Maret 23). *Karena Orang Indonesia Suka Makanan Pedas*. Retrieved from Merdeka: <https://www.merdeka.com/khas/karena-orang-indonesia-suka-makanan-pedas-kuliner-pedas.html>
- Griffin, W. R. (2004). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Indra, R. (2017, Juli 6). *Fried Chicken Day, Sepuluh Alasan Kenapa Ayam Goreng Disukai*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170706153707-262-226136/fried-chicken-day-sepuluh-alasan-kenapa-ayam-goreng-disukai>
- Inspire, M. (n.d.). *Membangun Hubungan dengan Pemasok*. Retrieved from Jakarta Consulting: <http://www.jakartaconsulting.com/publications/articles/corporate-culture/membangun-hubungan-dengan-pemasok>

- Juniman, P. T. (2017, Januari 18). *Gaya Hidup Masyarakat Menjadikan Bisnis Kuliner Menjanjikan*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170118121405-262-187137/gaya-hidup-masyarakat-menjadikan-bisnis-kuliner-menjanjikan>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2017, Oktober 6). *Ekspansi*. Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia: <https://kbbi.web.id/ekspansi>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2017, September 20). *Strategi*. Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia: <https://kbbi.web.id/strategi>
- katadata. (2018, Februari 9). *Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia?* Retrieved from katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>
- Labibah, N. U. (2017, Agustus 21). *Peluang Bisnis Kota Depok*. Retrieved from Depok Pos: <http://www.depokpos.com/arsip/2017/08/peluang-bisnis-kota-depok/>
- Paramitha, T. (2017, Agustus 28). *Jangan Salah, Ayam Geprek dan Penyet Itu Beda!* Retrieved from Viva: <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/950890-jangan-salah-ayam-geprek-dan-penyet-itu-beda>
- Pearce II, J. A., & Jr., R. B. (2008). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Pemerintah Provinsi Jabar. (2011). *Profil Kependudukan Jawa Barat Tahun 2011*.

Retrieved from Pemerintah Provinsi Jabar:
<http://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/75>

pergikuliner. (2016, Juni 7). *13 Tempat Makan di Jalan Margonda Raya Depok Paling Dicari*. Retrieved from pergikuliner: <https://pergikuliner.com/blog/13-tempat-makan-di-jalan-margonda-raya-depok-paling-dicari>

Pertiwi, W. K. (2018, Februari 22). *Mayoritas Orang Indonesia Bisa Internetan Sehari-hari*. Retrieved from KOMPAS:
<https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/12010087/mayoritas-orang-indonesia-bisa-internetan-seharian>

Porter, M., David, F. R., & Hunger, W. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama .

Rachmawati. (2013). *Analysis Key Success untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing pada PT. ASTRA INTERNASIONAL*.

Ramadhanny, C. N. (2017, Juni 2). *Resep Ayam Penyet Praktis Sederhana*. Retrieved from Kerjanya: <http://www.kerjanya.net/faq/13573-resep-ayam-penyet-praktis-sederhana.html>

Ramdani, D. (2017, Januari 22). *Indonesia Harus Lebih Produktif*. Retrieved from Depok Pos: <http://www.depokpos.com/arsip/2017/01/indonesia-harus-lebih-produktif/>

- Resep Masakan Jawa. (2018, Maret 21). *Resep Ayam Penyet Rumahan*. Retrieved from Resep Masakan Jawa: <https://www.theboxsceneproject.org/resep-ayam-penyet-sederhana/>
- Sekaran, U. (2014). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi, D. (2008). 2012. In F. R. David, *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwarsono, M. (2008). *Manajemen Stratejik: Konsep dan Kasus*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Toko Mesin. (2018, Maret 21). *Peluang Usaha Ayam Penyet dan Analisa Usahanya*. Retrieved from Toko Mesin: <http://www.tokomesin.com/peluang-usaha-ayam-penyet-dan-analisa-usahanya.html>
- Tribun Jateng. (2017, Agustus 2). *Hingga Juli 2017, Jumlah Penduduk Indonesia Bertambah Jadi 262 Juta Jiwa Lebih*. Retrieved from TribunJogja: <http://jogja.tribunnews.com/2017/08/02/hingga-juli-2017-jumlah-penduduk-indonesia-bertambah-jadi-262-juta-jiwa-lebih>
- Tripomo. (2005). *Strategi Manajemen*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI.

