

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban dari tujuan penelitian dan saran untuk masukan terhadap ZULEIKA *bakery* dan untuk penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian perancangan strategi untuk ZULEIKA *bakery* ini diantaranya adalah:

1. Faktor – faktor yang mempengaruhi ZULEIKA *bakery* dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor- faktor internal yang terdapat pada ZULEIKA *bakery* diantaranya adalah harga, cakupan lokasi, varian rasa, kualitas produk, ketepatan waktu, reputasi merk, kualitas SDM, promosi dan pemasaran produk, pengembangan produk dan hubungan dengan supplier. Faktor – faktor eksternal yang mempengaruhi ZULEIKA *bakery* diantaranya adalah kekuatan tawar supplier, kekuatan tawar konsumen, ancaman dari kompetitor baru, ancaman dari pesaing, ancaman dari barang substitusi, tingkat suku bunga kredit, kenaikan harga bahan baku, gaya hidup konsumen, penetapan UMR, inovasi mesin canggih, dan Inovasi teknik penjualan baru.
2. Alternatif strategi yang bisa dilakukan oleh ZULEIKA *bakery* diantaranya adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar, dan retensi pelanggan.
3. Strategi terbaik yang dipilih berdasarkan perhitungan kuantitatif untuk ZULEIKA *bakery* adalah penetrasi pasar. Strategi yang dapat dilakukan pada penetrasi pasar diantaranya adalah penambahan jumlah *salesman*, melakukan berbagai promosi dan iklan, dan menyediakan jasa pesan antar.

V.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini untuk masukan terhadap ZULEIKA *bakery* maupun penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Saran bagi ZULEIKA *bakery* untuk mempertimbangkan segala rekomendasi yang telah dilakukan pada penelitian ini.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk mempertimbangkan faktor finansial pada ZULEIKA *bakery*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al- Rabayah, et al. (2017). *Strategic Uses of Social Media for Improved Customer Retention*. Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=TLWADQAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- CIMB *Principal Asset Management*. (2015). *Weekly Indo Perspective. Baking The Prosperity*, diakses 18 Agustus 2016, Diunduh dari <http://www.cimb-principal.com>
- David, Fred R. (2007). *Strategic Management Concept*. New Jersey : Pearson.
- Duniaindustri : Pasar Industri Roti Rp 4,6 Triliun, Ajinomoto Ramaikan Persaingan. (2015). <http://duniaindustri.com/tag/pasar-industri-roti/>, diakses 17 Agustus 2016.
- Harrison, S.J, & H, Caron. (2009). *Foundations in Strategic Management*. Canada : Cengage Learning.
- Meldrum, M, Malcolm McDonald. (2007). *Marketing in a Nutshell*. Oxford : Elsevier Ltd.
- Mudjajanto, Eddy Setyo & Yulianti, Lilik Noor. (2004). *Membuat Aneka Roti*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Mulia, Prima. (2016, 22 Juli). Jokowi Janjikan Suku Bunga KUR Turun Jadi 7% Tahun Depan. Tempo online. <https://m.tempo.co/read/news/2016/07/22/087789562/jokowi-janjikan-suku-bunga-kur-turun-jadi-7-tahun-depan>
- Saaty, Thomas L., & Vargas, Luis G.(2001). *Models, Methods, & Applications of The Analytic Hierarchy Process*. New York : Springer Science & Business Media.
- Smit, P. (2000). *Strategic Planning Readings*. Cape Town: Juta and Co. Ltd.
- Thompson, A., et al. (2014). *Crafting and Executing Strategy. The Quest for Competitive Advantage Concepts and Cases*. Singapore: Mc Graw-Hill Education
- Winston, W. L. (2004). *Operation Research: Application and Algorithm 4th Edition*. Indiana University.