

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh penulis selama melakukan penelitian dan pembahasan di Oseng Mercon mengenai analisis inovasi terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis strategi inovasi, inovasi yang telah dilakukan oleh Oseng Mercon adalah sistem manajemen SDM di dimulai dari perekrutan, pemberian pelatihan serta penggunaan gamifikasi serta sistem gaji dalam memotivasi pegawai dan manajemen operasi yang menggunakan sistem ERP berbasis teknologi yang dimana sistem ini saling berhubungan antara divisi sehingga memudahkan dalam pengontrolan operasi bisnis serta bisa mendapatkan banyak data yang di butuhkan untuk mempermudah pengambilan keputusan.

Untuk sistem perekrutan para pegawai Oseng Mercon adalah dengan melalui beberapa tes yaitu tes umum dan penjurusan. Untuk tes umum yaitu tes ketelitian, tes kepribadian, TPA, dan *graphology*. Tes penjurusan adalah tes yang diberikan kepada calon pegawai yang melamar di jabatan tertentu seperti manajer, tes tersebut berupa studi kasus.

Pelatihan yang diberikan adalah pelatihan umum dan penjurusan. Pelatihan umum yang diberikan untuk semua pegawai adalah pelatihan komunikasi

dan untuk pelatihan penurunan adalah untuk orang – orang yang berada dalam struktur, pelatihan tersebut berupa pelatihan manajemen, pelatihan kepemimpinan dan lainnya.

Untuk memotivasi para pegawai Oseng Mercon menggunakan sistem gaji yang berbeda yaitu kenaikan gaji setiap bulannya dan jika pegawai sudah bekerja selama satu tahun maka para pegawai berhak memiliki saham pada bisnis Oseng Mercon lainnya yaitu bisnis gudeg dan bisnis martabak. Oseng Mercon juga menggunakan gamifikasi sederhana untuk memotivasi para pegawai seperti pemberian *challenge*, jika ada yang berhasil menyelesaikan *challenge* dengan baik dan cepat maka akan diberikan *reward* selain itu juga pegawai akan diberikan nilai disetiap kinerjanya, pegawai dengan kinerja terbaik setiap bulannya akan mendapatkan *reward*.

2. Berdasarkan hasil analisis *value chain* dapat disimpulkan bahwa Oseng Mercon memiliki keunggulan sebagai berikut:
 - a. Oseng Mercon memiliki cara untuk menentukan minimum stok di gudang agar tidak adanya kekurangan bahan baku dan pembuangan bahan baku karena membusuk. Hasil tersebut bisa langsung di dapat dari sistem ERP.
 - b. Penggunaan sistem ERP yang saling berintegrasi antar divisi sehingga dapat mempermudah pekerjaan, pengontrolan dan pengambilan keputusan.

- c. Manajemen sumber daya manusia yang di mulai dari perekrutan pegawai yang memiliki kompetensi, pemberian pelatihan, dan penggunaan gamifikasi serta sistem gaji untuk memotivasi pegawai.
- d. Memiliki pelayanan yang cepat serta memiliki citarasa yang khas.
- e. Kemudahan yang diberikan kepada konsumen atau calon konsumen dalam memberikan informasi tentang Oseng Mercon yaitu dengan penggunaan media sosial dan website serta adanya customer service.

3. Dari hasil analisis SWOT terhadap Oseng Mercon penulis dapat mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di Oseng Mercon. Hasil evaluasi tersebut sebagai berikut:

- a. Dari analisis kekuatan Oseng Mercon memiliki Konsistensi kualitas produk di setiap *outlet* dengan harga yang terjangkau, penggunaan sistem ERP untuk mempermudah operasi bisnis dan kontrol, Sistem perekrutan pegawai, pemberian pelatihan, serta penggunaan gamifikasi sederhana (manajemen SDM yang sangat baik), memiliki Lokasi yang strategis, penggunaan media sosial yang dirasa sangat tepat dalam menjangkau target pasar dan Oseng Mercon memiliki pelayanan yang cepat sehingga konsumen merasa senang.
- b. Kelemahan yang dimiliki Oseng Mercon adalah pendistribusian makanan setiap harinya ke *outlet* membuat *cost* bertambah serta tempat yang sempit sehingga tidak bisa menampung semua pembeli.

- c. Oseng Mercon memiliki beberapa peluang yang sangat bisa menguntungkan jika peluang tersebut bisa dikelola dengan baik, peluang tersebut adalah Makanan sebagai kebutuhan primer, kebiasaan masyarakat yang serba ingin praktis, perkembangan teknologi membantu untuk melakukan penjualan produk serta pemasaran produk dan selera makan pedas masyarakat Bandung.
- d. Selain memiliki peluang yang besar dalam bisnis kuliner Oseng Mercon juga memiliki beberapa ancaman yang harus dihadapi dan diatasi, ancaman tersebut adalah banyaknya pesaing di Kota Bandung, harga bahan baku yang tidak stabil, sulitnya pemenuhan beberapa bahan baku langka.

6.2 Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada BAB 5, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai bentuk implementasi dan cara meningkatkan strategi inovasi bagi Oseng Mercon. Berdasarkan analisis *value chain*, Analisis SWOT, dan kerangka empat langkah yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan bahan baku dengan harga murah dengan kualitas terbaik, Oseng Mercon dapat bekerjasama dengan pesaing yang berlokasi tidak jauh dari Oseng Mercon seperti Ayam Geprek Dilan, ayam geprek mas berto, ayam bakar pedas parahyangan, dan masih banyak lagi. Kerjasama ini dilakukan untuk mengkoordinir pemesanan bahan baku ke *supplier*, jika pembelian dalam jumlah besar biasanya akan mendapatkan

harga yang lebih murah. Pencarian *supplier* bisa langsung ke agen atau melalui media sosial. Selain itu untuk mendapatkan harga bahan baku yang lebih murah Oseng Mercon bisa memulai bisnis baru yaitu ternak ayam dan berkebun.

2. Untuk mengoptimalkan biaya serta sumber daya manusia, Oseng Mercon bisa menggantikan karyawan yang bertugas sebagai pendistribusi makanan ke *outlet* dengan jasa kurir antar seperti grab dan gojek. Untuk pengantaranpun bisa dilakukan kerjasama atau menjadi mitra dengan jasa kurir tersebut agar harga bisa lebih murah. Hal lainnya yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan sumberdaya manusia adalah dengan menghilangkan website sebagai sarana penjualan karena dirasa kurang efektif dan para pegawai Oseng Mercon bisa fokus pada pemesanan di *outlet*, keberadaan website hanya perlu sebagai media pemberitahuan profil perusahaan serta penguang sistem ERP.
3. Membuat analisis tentang kebiasaan pengguna media sosial. Oseng Mercon perlu mengetahui jam berapa para pengguna media sosial sedang *online* serta harus mengerahui fitur apa yang lebih sering dilihat oleh para pengguna media sosial contohnya seperti media sosial instagra, para pengguna lebih sering melihat fitur instastroy dibandingkan dengan *feed* instagram. Analisis tentang kapan lebih banyak pengguna sosial media *online* guna untuk jam *update* Oseng Mercon agar lebih banyak yang melihat iklan Oseng Mercon

4. Pembuatan *tagline* tentang ciri khas Oseng Mercon yaitu makanan nusantara dengan citarasa pedas dan penyajiannya yang cepat dapat mendoktrin para calon konsumen untuk terus mengingat Oseng Mercon.
5. Membuat motor box operasional Oseng Mercon menjadi sarana pengiklanan dengan cara diberikan neon box atau pengecatan dan penggambaran di *body* motor operasional.
6. Pembuatan aplikasi Oseng Mercon yang di dalamnya terdapat fitur pemesanan dan pembayaran langsung. Untuk peluncuran pertama aplikasi Oseng Mercon harus diberikan promo yang menarik agar para pengguna mau menggunakan aplikasi sepereri sistem *referral code*. Untuk menggunakan aplikasi tersebut baiknya harus disertai pembuatan akun dengan mengirimkan data diri seperti email yang dimana data diri ini dapat digunakan untuk mengirimkan pemberitahuan tetang produk, dan lain – lainnya. Bisa juga memasukan status seperti mahasiswa atau pegawai yang dimana diskon bisa diberikan berdasarkan status.
7. Inovasi dalam produk, seperti membuat makanan dalam bentuk kemasan yang bisa dijadikan oleh – oleh. Menu Oseng Mercon bisa di kemas dalam bentuk kaleng bisa juga membuat sambal khas Oseng Mercon kemudian dibuat dalam botol kemasan.
8. Memperluas pangsa pasar dengan membuka *outlet* di daerah pusat keramaian Kota Bandung seperti daera Gatot Subroto, Asia Afrika, Riau, dan lain – lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, D. M. (2014). *Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Birkinshaw, J., Crainer, J., & Mol. (2007). *Special Report on Management Innovation*. Business Strategy Review.
- David, F. R. (2007). *Strategic Management Concepts and Cases*. California: Prentice-Hall.
- David, F. R. (2011). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- DR. P.M. Marpaung, M. (2004). *THE VALUE OF INCREMENTAL INNOVATION*.
- Fontana, A. (2011). *Innovate We Can*. Jakarta: Cipta Inovasi Sejahtera.
- Jurevicius, O. (20013, April 25). *Value chain Analysis*. Retrieved from <https://www.strategicmanagementinsight.com/tools/value-chain-analysis.html>.
- Kim, & Mauborge. (2005). *Blue Ocean Strategy*.
- Kusnadi. (2000). *Pengantar Manajemen Strategi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Nilasari, S. (2014). *Manajemen Strategi*. Jakarta Timur: Dunia Cerdas.
- Ortt, R., & Duin, P. A. (2008). *Innovating the Innovation Process*.
- Pearce II, J. A., & Robinson Jr., R. B. (2014). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pengertian ERP dan Contohnya, Karakteristik, Manfaat dan Keuntungan ERP*. (n.d.). Retrieved from Maxmanroe: <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-erp.html>
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saputri, M. (2019, februari 15). *Pemerintah Akui Terlambat Antisipasi Kekurangan Pasokan Jagung*. Retrieved from <https://tirto.id/pemerintah-akui-terlambat-antisipasi-kekurangan-pasokan-jagung-dg6d>
- Sugiyono. (2008).

Sugiyono, P. D. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tripomo, T. (2005). *Manajemen Strategi*. Bandung.

Umar, H. (2001). *Strategic Management and Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.