

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari pembahasan dan analisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Perusahaan Cekeran Midun memiliki 24 faktor lingkungan yang mempengaruhi perusahaan tersebut, terdiri dari 14 faktor internal yaitu meliputi dukungan penyelenggaraan perusahaan cukup besar dari pemilik perusahaan (*owner*) terbukti dengan berdirinya 7 cabang Perusahaan Cekeran Midun di sekitar Bandung Raya, komitmen karyawan yang tinggi, banyak tenaga yang ahli tidak hanya dalam satu bidang saja, banyak tenaga muda potensial, pilihan menu unik dan beragam, komunikasi perusahaan dari atas ke bawah berjalan dengan baik, perusahaan pertama di Kota Bandung yang menggagas menu ceker yang unik, *service/fasilitas* yang diberikan belum sesuai dengan harapan konsumen, apresiasi dan motivasi kerja terhadap karyawan kurang, nilai dan budaya organisasi yang monoton, belum menjadi Perusahaan Terbatas (PT), *quality control* produk belum sesuai dengan SOP perusahaan dan kurang keterlibatan karyawan terhadap program perusahaan. Serta 10 faktor eksternal yaitu meliputi promosi di media *online* (Youtube, Instagram, Facebook, dan WEB) sering dilakukan, segmentasi pasar (produk) yang sesuai dan tepat (bisa dikonsumsi berbagai kalangan, dari mulai anak sampai orang tua), pemilihan tempat yang tepat dan strategis, sering tampil diberbagai acara televisi dan media cetak dan loyalitas konsumen tinggi, belum memperluas cabang perusahaan ke luar kota, keterlambatan dalam pengiriman bahan baku yang volumenya banyak dan sulit dibersihkan seperti ceker, adanya perusahaan/kompetitor yang mendirikan bisnis di bidang kuliner sejenis maupun tidak sejenis, harga bahan baku terkadang naik turun contohnya seperti cengek dan kesulitan perusahaan dalam mendapatkan bahan baku lainnya.

2. Dari 24 faktor tersebut terdapat 8 jenis alternatif strategi yaitu strategi pengembangan pasar, pengembangan produk, penetrasi pasar, integrasi horizontal, integrasi ke depan, integrasi ke belakang, penghematan, dan *joint venture*.
3. Dari beberapa alternatif strategi tersebut, hanya ada satu alternatif strategi yang saat ini dibutuhkan oleh Perusahaan Cekeran Midun, yaitu alternatif strategi pengembangan pasar. Alasannya karena dengan strategi ini perusahaan diharapkan lebih berkembang dan maju, serta membuka peluang untuk membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya sehingga kesejahteraan masyarakat menjadi lebih meningkat.

6.2 Saran

1. Perusahaan Cekeran Midun harus segera mengembangkan pasarnya ke luar kota bahkan ke luar provinsi di Indonesia, misalnya ke kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Solo, Yogyakarta, dan Bali yang merupakan salah satu kota kuliner dan kota wisata di Indonesia.
2. Lebih melibatkan karyawannya dalam setiap program-program Perusahaan Cekeran Midun sehingga karyawan mempunyai target/tujuan dalam bekerja.
3. Melengkapi fasilitas setiap cabang/*outlet* Perusahaan Cekeran Midun, agar konsumen merasa puas dan nyaman, dan jika ada fasilitas yang rusak harus segera diperbaiki, agar tidak menghambat dalam kegiatan operasionalnya.