BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada usaha Perusahaan Tahu Susu Lembang, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal pada Perusahaan Tahu Susu Lembang, maka perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan. Adapun faktor-faktor strategi internal yang menjadi kekuatan bagi Perusahaan Tahu Susu Lembang, adalah (1) Tanggung jawab terhadap ketenagakerjaan dengan memberikan training, kompensasi, insentif dan reward pada karyawan, serta memberikan fasilitas koperasi untuk karyawan, (2) Melakukan analisis pelanggan melalui analisis kualitatif dan kuantitatif, menetapkan biaya berdasarkan banyak pendekatan dan analisis, melakukan pengembangan produk dan pelayanan objek wisata, (3) Memiliki keunggulan kompetitif sebagai pionir dalam mencampurkan susu ke dalam tahu, menerapkan konsep open kitchen, menggunakan pom tahu, dan menggarap pasar oleh-oleh, (4) Memberikan pelayanan tempat makan lesehan, dan berbagai wahana permainan serta kualitas tinggi pada produknya dengan hanya menggunakan pengawet alami tanpa kimia, memakai bahan baku kedelai import yang lebih stabil dan konsisten dalam ketersediaan dan kualitas produk, (5) Variasi produk tahu susu lembang beragam, (6) Kemasan dapat menjamin keamanan produk, legalitas produk sudah cukup lengkap, (7) Distribusi tetap menjaga kualitas produk sampai konsumen akhir, (8) Menerima pembelian produk sesuai pesanan pelanggan via

telepon dan pesanan online via gojek, (9) Tenaga kerja memiliki etos kerja, kejujuran, personality yang baik, bekerja sesuai jam kerja, (10) Menerapkan konsep padat karya sehingga proses produksi dibuat otentik oleh pengrajin tahu. Sedangkan faktor-faktor strategi internal yang menjadi kelemahan bagi Perusahaan Tahu Susu Lembang adalah (1) Belum memiliki perencanaan seperti visi, misi, dan tujuan perusahaan yang formal dan tertulis serta struktur organisasi yang sederhana, (2) Menggunakan teknologi yang minimal, kurang efisien, (3) Target pasar tidak luas, saluran distribusi tidak sempurna, (4) Ketahanan produk tahu susu lembang sangat singkat, (5) Harga produk tahu susu lembang diatas harga rata-rata tahu pada umumnya di pasaran, (6) Biaya pengiriman ditanggung konsumen, tidak ada aturan yang mengatur pemotongan harga untuk konsumen, (7) Penjualan online dan offline kurang optimal, (8) Promosi dikelola oleh pihak ketiga yaitu perusahaan media, (9) Tingkat pendidikan tenaga kerja yang dimiliki sma/smk, (10) Tidak ada budgeting untuk litbang.

2. Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal perusahaan, yaitu lingkungan jauh dan lingkungan industri, maka perusahaan mempunyai peluang dan ancaman. Adapun faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi peluang bagi Perusahaan Tahu Susu Lembang adalah (1) Kebutuhan pangan semakin meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk , (2) Tahu merupakan salah satu produk makanan jadi yang cukup diminati dan tahu susu lembang sudah cukup dikenal, (3) Gaya hidup konsumen sangat mempengaruhi perusahaan tahu susu lembang, (4) Teknologi mempercepat pendistribusian,

mempermudah komunikasi dengan pemasok dan pelanggan serta memangkas biaya promosi/ pemasaran, (5). Pendatang baru akan sulit merebut pangsa pasar, (6) Belum ada perusahaan sejenis sebagai saingan yang kuat, membentuk segmen market, (7) Banyak pemasok untuk setiap bahan baku sebagai pembanding dan sebagai pengaman untuk keterbatasan, (8) Hubungan antara perusahaan tahu susu lembang dengan pemasok telah terjalin cukup baik, kerjasama jangka panjang dengan supplier, (9) Perusahaan tahu susu lembang memiliki saluran distribusi sendiri. Sedangkan faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi ancaman bagi Perusahaan Tahu Susu Lembang adalah (1) Harga bahan baku cenderung naik dipengaruhi oleh permintaan yg terlalu tinggi dan harga dollar, (2) Kondisi stabilitas politik dan keamanan mempengaruhi usaha, (3) Untuk mendirikan usaha tahu dapat dimulai dari skala usaha kecil, (4) Tahu susu lembang tidak memiliki andil besar terhadap kebutuhan pembeli, (5) Banyak tahu yang lebih murah, (6) Banyak barang substitusi, (7) Dari segi grafik customer mengalami kejenuhan.

5.2 Rekomendasi

Adapun saran yang dapat diberikan kepada Perusahaan Tahu Susu Lembang, adalah :

1. Melakukan analisis pelanggan melalui analisis kualitatif dan kuantitatif, dengan memperhatikan kebutuhan, selera dan gaya hidup pelanggan
2. Mempertahankan keunggulan kompetitif untuk strategi menghadapi persaingan

3. Menambah variasi produk tahu susu lembang untuk memenuhi selera konsumen
4. Mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam pendistribusian, komunikasi dengan pemasok dan pelanggan, dan promosi/ pemasaran
5. Selain menerapkan konsep padat karya namun tetap harus memiliki produktivitas yang tinggi agar dapat memenuhi kebutuhan pangan penduduk indonesia yang selelu mengalami peningkatan
6. Membuat perencanaan seperti visi, misi, dan tujuan perusahaan yang formal dan tertulis
7. Membuat pabrik yang menggunakan teknologi yang dapat meningkatkan produktivitas sehingga dapat memenuhi kebutuhan pangan, dan selera konsumen dengan harga yang standar, dalam jangka panjang akan membuat harga produk tahu susu lembang tidak jauh dari harga rata-rata tahu pada umumnya di pasaran dan pada akhirnya dapat memperluas target pasar dan distribusi
8. Menggunakan teknologi dan mencari formulasi tahu yang dapat membuat produk tahu susu lembang tahan lama
9. Melakukan pengembangan produk dengan mencoba mencari altenatif bahan baku kedelai lokal dengan kualitas yang masih tergolong baik sehingga dapat menekan harga untuk target market masyarakat luas
10. Membuat divisi litbang tersendiri serta membuat anggarannya untuk melakukan pengembangan dalam upaya mengatasi kejenuhan konsumen

11. Mengoptimalkan promosi online, contohnya dengan sesekali dalam satu tahun membuat promosi gratis biaya pengiriman atau diskon untuk konsumen.