

Bab V Kesimpulan dan Saran

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan perencanaan bisnis dan berbagai analisis, bisnis kuliner Ayam Naknan adalah bisnis yang dapat diimplementasikan. Berdasarkan analisis lingkungan eksternal, bisnis kuliner memang dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal secara positif maupun negatif. Contoh pengaruh negatifnya adalah kenaikan harga bahan baku dan melemahnya ekonomi yang menyebabkan menurunnya daya beli. Namun hal positifnya adalah pemerintah pasti memperhatikan dan menjaga stabilitas harga pasar karena bisnis kuliner sangat terkait dengan harga pangan yang mempengaruhi hajat hidup orang banyak dan bisnis kuliner merupakan salah satu penyumbang besar bagi pendapatan domestik bruto. Hasil dari analisis lingkungan eksternal membantu Ayam Naknan untuk memahami tren sosial kuliner di masyarakat saat ini serta teknologi yang dapat membantu bisnis kuliner seperti jasa pesan antar *online*. Hal ini kemudian dimasukkan ke dalam *channel* dan *customer relationship* pada *business model canvas* Ayam Naknan. Pada bagian perencanaan pemasaran memakai hasil analisis ini dan telah diimplementasikan oleh Ayam Naknan dalam periode 7 bulan berjalan.

Dari analisis industri, hambatan masuk ke industri kuliner rendah sehingga Ayam Naknan dapat mudah masuk ke industri tersebut. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa daya tawar pemasok dapat dikendalikan dengan memiliki beberapa pemasok untuk satu jenis bahan. Pemasok merupakan *key partner* Ayam Naknan menurut *business model canvas*. Pemasok termasuk dalam bagian rencana operasi dan implementasi operasi.

Berdasarkan analisis persaingan, Ayam Naknan memiliki keunggulan dalam produk dan layanan bila dibandingkan kebanyakan kompetitor. Selain itu, hasil dari survei konsumen, mengungkapkan bahwa 92% responden menyukai ayam khas Indonesia seperti Ayam Naknan dibandingkan ayam bertepung. Hasil dari analisis persaingan dan konsumen ini membantu mendefinisikan *value proposition*, *customer relationship*, *channel* dan *customer segment* pada *business model canvas* Ayam Naknan. Hal ini kemudian dituangkan dalam rencana

pemasaran Ayam Naknan sdan diimplementasikan dalam aktivitas pemasaran Ayam Naknan.

Selama implementasi bisnis, penulis banyak mempelajari banyak hal mengenai proses membangun sebuah bisnis dalam membangun Ayam Naknan. Mayoritas aktivitas bisnis telah berjalan dengan baik. Pada aktivitas operasi, Ayam Naknan telah membuat 3 lokasi bisnis yaitu di Jalan Nangka Selatan, Jalan Gatot Subroto Timur dan Jalan Nakula di Bali. Bagian produksi Ayam Naknan telah berjalan dengan baik karena telah tersistem dan produk yang rusak selama proses produksi hampir 0%.

Pada awalnya, Ayam Naknan berencana untuk mewaralabakan bisnis ini. Namun, penulis menunda rencana ini terlebih dahulu karena mau meningkatkan keuntungan ketiga toko yang ada hingga sesuai dengan yang diharapkan dan memperkuat fondasi Ayam Naknan. Bisnis waralaba adalah harus dapat menjanjikan keuntungan dan menguasai seluruh aspek bisnis. Sehingga, jika Ayam Naknan akan diwaralabakan, penulis harus dapat bertanggung jawab.

Strategi pemasaran Ayam Naknan juga telah dijalankan dan selama proses implementasi terdapat penambahan pada produk yang merupakan bagian dari 4P. Ayam Naknan juga telah bekerja sama dengan *influencer* dan telah melakukan iklan di sosial media seperti *Facebook* dan *Instagram*. Pemasaran Ayam Naknan harus ditingkatkan lagi untuk memperoleh penjualan yang lebih tinggi. Ayam Naknan juga telah bekerja sama dengan jasa pesan antar *online* dan hasil yang dicapai melebihi ekspektasi awal(13%) menjadi 21%.

Secara keuangan, terdapat perbedaan yang cukup besar untuk besaran laba kotor dan laba bersih di perencanaan dan implementasi. Biaya paling besar timbul dari harga pokok penjualan gaji karyawan dan sewa. Meskipun demikian, laba bersih masih positif. Walaupun telah berusaha memperkecil pengeluaran, kisaran laba bersih tidak berubah. Hal ini berarti kesalahan terdapat pada perhitungan pengeluaran yang kurang akurat pada proyeksi. Selain itu, dapat disimpulkan Ayam Naknan adalah bisnis yang mengandalkan kuantitas penjualan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Sumber daya manusia adalah bagian yang sangat berpengaruh terhadap Ayam Naknan. Hal-hal yang berkaitan dengan SDM adalah cara merekrut, cara

mengevaluasi, cara membina hubungan kerja yang baik hingga terbentuk suasana kerja yang kondusif. Secara keseluruhan, perencanaan bisnis Ayam Naknan telah terimplementasi.

V.2 Saran

Setelah menjalankan bisnis ini selama 7 bulan hal yang perlu diperbaiki adalah bagian pemasaran sehingga penjualan meningkat dan dapat sesuai dengan proyeksi keuntungan yang diinginkan. Selain itu, Ayam Naknan dapat membuat bisnis ini menjadi lebih efektif. Alokasi pengeluaran terbesar bagi Ayam Naknan dilihat dari Laporan laba rugi dan neraca adalah pembayaran untuk sewa, pembayaran gaji, dan harga pokok penjualan. Ayam Naknan dapat membuat produk baru dengan profit margin yang lebih tinggi mengingat bahwa menu ayam dan nasi saat ini sudah cukup terstandar dan Ayam Naknan sudah dalam kategori harga yang cukup tinggi dibanding pesaing lainnya. Cara untuk memperoleh profit margin yang lebih tinggi adalah dengan menurunkan harga pokok penjualan atau harga jual yang lebih tinggi. Selain itu, Ayam Naknan dapat melakukan pengefektifan dengan cara mengubah konsep ruko menjadi konsep tenda atau *booth* dan juga memanfaatkan jasa pesan antar online yang sedang tren untuk berjualan. Dengan penyederhanaan ini, maka biaya yang dikeluarkan dapat dipangkas.

Peran pemerintah bagi bisnis kuliner penting untuk menjaga kestabilan harga bahan baku makanan. Selain itu, menguatnya ekonomi dapat menaikkan tingkat konsumsi. Inflasi yang terjaga juga dapat meningkatkan daya beli masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah harus memberikan kebijakan-kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan daya beli masyarakat.

Saran dari Ayam Naknan untuk pebisnis kuliner lain yang baru mau memulai bisnisnya adalah lakukanlah perencanaan yang matang sebelum memulai usaha. Perencanaan akan membantu pebisnis untuk mencapai tujuan bisnisnya. Semua aspek dalam bisnis kuliner seperti operasi, produksi, pelayanan, pemasaran dan penjualan adalah sama penting. Jika salah satu aspek kinerja tidak maksimal, performa usaha akan menurun. Namun, ujung tombak suatu usaha adalah di penjualan dan pemasaran. Segala upaya harus dimaksimalkan untuk

meningkatkan penjualan. Jadi, pengusaha yang baru memulai harus memikirkan cara bagaimana memperoleh penjualan yang baik.

Penelitian yang dapat dilakukan di masa mendatang adalah mencari strategi pemasaran dalam branding dan positioning yang relevan untuk bisnis kuliner Ayam Naknan.

