

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan produk inovasi terhadap competitive advantage produk fish skin yang dilakukan Cek Aat dapat berkembang dengan baik, karena produk yang dibuat oleh CEK AAT sangat digemari oleh masyarakat khususnya di Kota Palembang, karena rasanya yang gurih dan harganya yang terjangkau membuat masyarakat menggemarinya, selain itu juga masih jarang produk *fish skin* di Kota Palembang, membuat CEK AAT memiliki sedikit pesaing sehingga CEK AAT dapat mengembangkan lagi usahanya sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan perusahaan di awal. Dengan harga yang murah tetapi dengan kualitas premium dan belum ada pesaing langsung untuk saat ini, CEK AAT mempunyai competitive advantage dari segi harga, kualitas, dan terpenting keunikan produk yang belum ada sebelumnya. Menurut Porter (2013), strategi *competitive advantage* yang dapat dilakukan bisnis seperti menjadi produsen dengan biaya terendah di industri, membuat bisnis yang berbeda dan hanya satu atau hanya berjumlah kecil di pasaran atau bisa juga memberi harga premium untuk nilai barang tambahan untuk konsumen. Ketika sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu dan perusahaan lainnya tidak dapat, atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaingnya. Hal tersebut menggambarkan keunggulan kompetitif. Memiliki dan menjaga keunggulan kompetitif sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang dari suatu organisasi. Mengejar keunggulan kompetitif mengarah pada kesuksesan dan kegagalan organisasi.

Peneliti dan praktisi manajemen strategis berkeinginan mengetahui sifat dan peran keunggulan kompetitif dalam berbagai industri, (David: 2006).

## **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

## **6.3 Saran Perusahaan**

Dengan semakin berkembangnya pasar, ada beberapa faktor penting yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing membuat perusahaan harus terus memantau atau mencari tahu tentang informasi-informasi terbaru khususnya dalam industry di bidang makanan berbahan baku ikan. Informasi yang mungkin perusahaan mencarinya adalah seperti selera konsumen, kondisi pasar, dan informasi mengenai teknologi terbaru yang dapat membuat kinerja perusahaan lebih banyak dan juga efektif dan efisien. Dengan perusahaan dapat mengikuti perkembangan yang terjadi membuat perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya dan tidak ketinggalan oleh perusahaan pesaing, dan perusahaan dapat unggul dengan pesaing apabila perusahaan dapat memanfaatkan kesempatan dan juga peluang yang ada dengan baik.

Berhubungan dengan inovasi produk yang dilakukan faktor penting yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, dengan ini kebijakan yang dapat dilakukan adalah agar Cek Aat adalah dengan terus mencari dan juga menemukan ide baru untuk memperkaya makanan olahan ikan. Akan tetapi inovasi produk yang dilakukan tersebut harus sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen.

#### **6.4 Saran Penelitian Selanjutnya**

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan objek yang berbeda khususnya dalam industri olahan berbahan dasar ikan di daerah lain di Indonesia, karena olahan yang berbahan dasar ikan masih jarang diproduksi. Dan juga pada penelitian yang akan datang dapat mereplika penelitian seperti ini namun dengan mengganti objek penelitian lain yang berbeda, contohnya dalam industri minuman, karena selain di industri makanan, di Indonesia industri minuman juga sangat berkembang karena banyaknya inovasi yang dilakukan seperti misalnya xi boba, cheese tea, dan lainnya.

Ketika sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu dan perusahaan lainnya tidak dapat, atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaingnya. Hal tersebut menggambarkan keunggulan kompetitif. Memiliki dan menjaga keunggulan kompetitif sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang dari suatu organisasi. Mengejar keunggulan kompetitif mengarah pada kesuksesan dan kegagalan organisasi. Peneliti dan praktisi manajemen strategis berkeinginan mengetahui sifat dan peran keunggulan kompetitif dalam berbagai industri, (David: 2006).

Umumnya, sebuah perusahaan mampu untuk mempertahankan keunggulan kompetitif hanya untuk periode tertentu karena ditiru pesaing dan melemahnya keunggulan tersebut. Jadi, tidaklah cukup untuk memiliki keunggulan kompetitif. Perusahaan harus berusaha untuk mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan (sustainable competitive advantage) dengan secara terus menerus beradaptasi dengan tren dan kejadian eksternal.

Inovasi nilai merupakan batu pijak untuk samudera biru. Inovasi nilai

menurut Kim dan Mauborgne (2005) diciptakan dalam wilayah tempat tindakan perusahaan secara positif mempengaruhi struktur biaya dan tawaran bagi pembeli. Penghematan biaya dilakukan dengan menghilangkan dan mengurangi faktor-faktor yang menjadi titik persaingan dalam industri. Variabel inovasi nilai dibentuk berdasarkan nilai pembeli dan biaya.

Menurut Porter (1994) keunggulan kompetitif adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Porter, beberapa cara untuk memperoleh strategi generik yang diklasifikasikan dalam tiga kategori, yaitu cost leadership, diferensiasi, dan fokus untuk dapat meraih keunggulan kompetitif.

