

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Setelah analisis pada bab sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti mengenai inovasi yang akan dilakukan oleh Kedai Kopi Roemah mBah pada akhir tahun ini, peneliti dapat menjabarkan kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban atas tiga identifikasi masalah yang dicantumkan di dalam BAB 1. Dalam hal Rantai Nilai Inovasi – Perusahaan menggunakan teknik diskusi antar jabatan dalam aktivitas dari rantai nilai inovasi yang berfungsi untuk menyimpulkan semua hal yang berkaitan dengan inovasi produk barang dan/ atau jasa yang dikemukakan oleh suatu perusahaan secara kompleks berdasarkan tiga aktivitas utama, yaitu :

##### 1. Rantai Nilai Inovasi

- Penggalan Ide : Diskusi antar pemilik dan pihak yang bekerja dalam perusahaan, seperti *Head Bar* dan Barista atau Pramusaji mengenai kekurangan dan kelebihan perusahaan dalam mewujudkan ide inovasi.
- Pengembangan Ide : Inovasi yang akan terwujud pada akhir tahun 2019, seperti Tenda Angkringan dan *Live Vintage Music*.
- Penyebaran Ide : Pihak-pihak dalam perusahaan dalam mengefisiensi waktu sesingkat mungkin dalam melakukan peluncuran produk baru di waktu yang tepat dan tidak mengalami perbaikan dalam waktu dekat dengan peluncuran produk baru tersebut. Sistem atau SOP Kedai Kopi Roemah mBah juga baik dan

fleksibel dalam menentukan inovasi apa saja yang akan dikeluarkan perusahaan serta pemasaran ke eksternal perusahaan.

Teknik ini cukup efektif menurut peneliti karena dapat meningkatkan efektivitas pekerjaan menjadi lebih produktif dalam jangka waktu yang panjang.

## **2. Radar Inovasi Bisnis**

Setelah membuat ide yang telah didiskusikan oleh pihak-pihak internal yang berkontribusi dalam perusahaan, peneliti mengetahui kekuatan dan kelemahan dari inovasi yang akan dilakukan berdasarkan radar inovasi bisnis yang terbagi atas 12 jenis. Roemah mBah mengutamakan beberapa jenis berdasarkan kebutuhan dan hubungan yang sama dengan kondisi perusahaan saat ini, yaitu *Business Model*, *Customer Experience*, *Value Capture*, *Organization*, dan *Networking*.

Secara umum, Roemah mBah telah berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen khususnya para remaja yang menyukai kopi beserta suasana yang nyaman dalam kedai dengan menyediakan alat musik tradisional, piringan hitam atau *Vinyl*, dan alat pelengkap lainnya, seperti gelas, meja, kursi yang disediakan sengaja untuk mengenal konsep *Vintage* juga dapat bersaing dengan kafe yang bertema modern.

## 6.2 Saran

Setelah menjelaskan kesimpulan-kesimpulan pada sub bab sebelumnya, peneliti akan mengemukakan beberapa saran untuk perusahaan sebagai kritik atau saran serta bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk membuat langkah strategis dalam persaingan saat ini dengan membuat suatu inovasi yang berguna bagi pihak internal maupun pihak eksternal dalam perusahaan. Saran-saran tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

### 1. Rantai Nilai Inovasi

- Bagi Kedai Kopi Roemah mBah sendiri, inovasi menjadi hal penting dalam menarik pelanggan dan mendapatkan keuntungan dalam jangka waktu yang panjang. Adanya ide *Free Open Bar*, menempatkan tenda Angkringan, serta membuat fasilitas *Live Vintage Music* merupakan contoh inovasi yang berasal dari kritik dan saran konsumen terhadap
- Harus dilakukan perawatan lebih lanjut mengenai inovasi perusahaan yang telah terwujud atau masih dalam bentuk konsep dan ide secara kompleks dalam jangka waktu yang lama.
- Memperoleh informasi dan ide yang berkualitas dan perlu memperoleh akses yang lancar terhadap informasi dan ide yang baik tersebut. Bekerjasama langsung dengan pihak yang memiliki latar belakang berbeda, mulai dari lokasi, pulau, bahkan perbedaan negara merupakan cara yang tepat untuk mendapatkan informasi secara luas.

## 2. Radar Inovasi Bisnis

- Pendapat-pendapat mengenai ide yang akan menciptakan inovasi tersebut pada akhirnya akan dikurasi oleh pemimpin perusahaan dan mengambil keputusan beberapa saat kemudian sesuai dengan kesepakatan bersama.
- Namun, jika ide tersebut tidak diwujudkan pada waktu yang cepat, maka pihak-pihak internal tersebut perlahan demi perlahan berfokus hanya kepada satu hal yang berhubungan dengan ide tersebut, Kedai Kopi Roemah mBah harus mencari jalan alternatif lainnya. Hal ini disebabkan oleh pemikiran para pihak yang instan, tidak dapat memahami proses yang akan dijalani dalam pembuatan inovasi, hal ini diperoleh berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti kepada *Owner* Kedai Kopi Roemah mBah.
- Mengurangi hambatan-hambatan yang ada di dalam suatu inovasi yang akan terwujud pada akhir tahun 2019, seperti :
  - Tenda Angkringan : Memberi Branding berupa penempatan Spanduk di depan gerobak dengan nama Angkringan Roemah mBah.
  - *Live Vintage Music* : Pihak dalam perusahaan perlu mengatur suara atau volume dari alat musik yang dimainkan agar tidak mengganggu tetangga di rumah sebelah kanan dan kiri.

- *Free Open Bar* : Untuk meningkatkan pemasaran di dalam kedai kopi ini, pihak dalam perusahaan menawarkan kepada pihak luar untuk mengadakan Workshop diluar kedai usaha yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen agar tertarik dalam mencoba membuat kopi dan seni *Latte Art*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. (2018). *Bandung selatan diprediksi jadi pusat pertumbuhan ekonomi Jabar*. Retrieved 2019, from <https://bandung.merdeka.com:https://bandung.merdeka.com/halo-bandung/bandung-selatan-diprediksi-jadi-pusat-pertumbuhan-ekonomi-jabar-180623q.html>
- Allen, R. S., Helms, M. M., Jones, H., Takeda, M. B., & White, C. S. (2008). Porter's business strategies in Japan. *Scholarly Journal*, 39.
- Ary, D. J. (1996). *Introduction to Research in Education*. Forth Worth: Harcourt Brace College.
- BPS. (2018). *Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata*. Retrieved 2018, from [bandungkota.bps.go.id:https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/23/475/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-obyek-wisata-menurut.html](http://bandungkota.bps.go.id:https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/23/475/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-obyek-wisata-menurut.html)
- BPS. (2018). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bandung 2016*. Retrieved 2018, from [bandungkota.bps.go.id:https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/104/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-bandung-2016-.html](http://bandungkota.bps.go.id:https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/104/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-bandung-2016-.html)
- BPTP. (2017, 5 16). *Konsumsi Kopi Naik Drastis*. Retrieved from [disbun.jabarprov.go.id: http://disbun.jabarprov.go.id/bptp/id/post-detail/194/Konsumsi-Kopi-Naik-Drastis](http://disbun.jabarprov.go.id:http://disbun.jabarprov.go.id/bptp/id/post-detail/194/Konsumsi-Kopi-Naik-Drastis)

Chandler, A. D. (1962). *Strategy and Structure : Chapter in The History of The Industrial Enterprise*. Cambridge : M.I.T. Press.

David, F. R. (2004). *Manajemen strategis konsep*. Jakarta: PT INDEKS.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung . (2018, May 9). *Badan Pusat Statistik Kota Bandung*. Retrieved from <https://bandungkota.bps.go.id/>:  
<https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/121/-jumlah-restoran-rumah-makan-di-kota-bandung-2016.html>

Dwi Novan Angga Wicaksana, T. J. (2016, --). Studi Kelayakan Bisnis Angkringan Ing Teras. *Studi Kelayakan Bisnis Angkringan Ing Teras*, 5 & 11-14. Retrieved from <https://www.academia.edu/>:  
[https://www.academia.edu/33276302/SKB\\_ANGKRINGAN\\_ING\\_TERAS](https://www.academia.edu/33276302/SKB_ANGKRINGAN_ING_TERAS)

Fontana, A. (2009). Innovate We Can ! In A. Fontana, *Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (p. 18). Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia .

Fontana, A. (2009). Innovate We Can ! In A. Fontana, *Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (p. xx). Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Fontana, A. (2009). Innovate We Can ! . In A. Fontana, *Innovate We Can !* (pp. 129-132). Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! : Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! : Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 92-96). Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! : Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! : Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (p. 107). Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (p. 18). Jakarta: PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 91-97). Jakarta: PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 104-115). Jakarta: PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can !*

*Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (p. 18). Jakarta : PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 91-99). Jakarta: PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 107-109). Jakarta: PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 124-136). Jakarta: PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 118-120). Jakarta: PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 179-188). Jakarta: PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 179-193). Jakarta: PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 105-106). Jakarta: PT Grasindo.

Fontana, A. (2009). *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. In A. Fontana, *Innovate We Can ! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat* (pp. 183-184). Jakarta: PT Grasindo.

Giaccardi, G. F. (2006). *Meta-Design: A Framework for the Future of End-User Development*. In G. F. Giaccardi, *Meta-Design: A Framework for the Future of End-User Development* (pp. 13-18). Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic.

Grant, C. &. (1996).

Hafiz, M. P. (2015, September 20). *Cara Merancang Strategi Startup Memasuki Pasar*. Retrieved from <https://marketeers.com/https://marketeers.com/cara-merancang-strategi-startup-memasuki-pasar/>

Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Hashim, M. K. (2005). *Strategic Management*. Thomson Learning.
- Indah Budiati, S. M. (2018). Profil Generasi Milenial Indonesia. In S. M. Indah Budiati, *Profil Generasi Milenial Indonesia* (pp. 107-121). Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Indah Budiati, S. M. (2018). Profil Generasi Milenial Indonesia . In S. M. Indah Budiati, *Profil Generasi Milenial Indonesia* (pp. 17-18). Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Karya One. (2019, - -). *Keuntungan dan Kerugian Jam Kerja Fleksibel*. Retrieved from <https://www.karyaone.co.id/>: <https://www.karyaone.co.id/blog/jam-kerja-fleksibel/>
- Kompas.com. (2011, January 23). *Perempuan Lebih Dominan di Internet ?* Retrieved from <https://tekno.kompas.com/>: <https://tekno.kompas.com/read/2011/01/23/12503713/Perempuan.Lebih.Dominan.di.Internet>
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Musika, Y. A. (2018, October 27). *Ciptakan Pelanggan yang Loyal untuk Coffee Shop Kamu*. Retrieved from <https://majalah.ottencoffee.co.id/>: <https://majalah.ottencoffee.co.id/ciptakan-pelanggan-yang-loyal-untuk-coffee-shop-kamu/>
- Porter, M. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.

- Porter, M. E. (1980). *Strategi Bersaing : Teknik menganalisis industri dan pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance*. Jakarta: Erlangga.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. (I. Pongoh, Penyunt., A. Dharma, A. Maulana, E. Jasjfi, & U. Wahyu Suprpto, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Porter, M. E. (1985). *Strategi Bersaing*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sawney. (2006). *MIT Sloan Management Review*. -: -.
- Strauss, A. &. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi* . Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- The Balance. (-, - -). *Keuntungan dan Kerugian Jam Kerja Fleksibel*. Retrieved from <https://www.karyaone.co.id/>: <https://www.karyaone.co.id/blog/jam-kerja-fleksibel/>