

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis akan menyampaikan saran dan kesimpulan dari hasil analisis data yang penulis lakukan pada Kopi Alit. Kesimpulan dan saran ini diharapkan dapat dibertimbangkan dan memberikan manfaat bagi pembaca maupun pihak lain, khususnya yang berkaitan dengan strategi bersiang dalam industri *coffee shop* di Kota Bandung.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penulisan yang telah penulis lakukan mengenai analisis strategi bersaing Kopi Alit, maka kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis yaitu:

1. Kopi Alit berada di industri yang persaingannya cukup ketat, dari segi harga kualitas dan konsep konsumen dapat memilih mana yang akan mereka kunjungi, setiap *coffee shop* memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, oleh karena itu Kopi Alit perlu untuk mempertahankan kelebihan yang ia miliki seperti harga yang murah dan kualitas yang baik, dan membenahi kekurangannya dari segi konsep, seperti tempat duduk yang lebih nyaman, dan suasana di Kopi Alit. Selain itu yang menyebabkan adanya persaingan di industri adalah daya tawar pembeli dan pemasok serta produk pengganti.
2. Kopi Alit saat ini belum memiliki strategi khusus untuk menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat penulis menyimpulkan bahwa strategi bersiang

yang digunakan Kopi Alit adalah strategi intensif. Strategi intensif ini merupakan strategi yang sesuai untuk diterapkan oleh Kopi Alit karena dengan strategi intensif maka Kopi Alit dapat bertahan di industri *coffee shop* dan dapat bersaing dengan kompetitor yang ada. Berikut merupakan faktor – faktor yang dapat membuat Kopi Alit unggul dari pesaingnya:

- Kopi Alit memiliki harga yang relatif murah.
- Kopi Alit memiliki brand sendiri untuk biji kopinya, dan rasa yang dirancang khusus oleh pemiliknya.
- Kopi Alit menyediakan fasilitas yang cukup memadai untuk konsumennya

Faktor – faktor diatas dapat menjadi faktor keunggulan bagi Kopi Alit, selain itu faktor eksternal dan internal pun dapat mempengaruhi keunggulan Kopi Alit dalam industri tersebut. Faktor eksternal seperti gaya hidup masyarakat milenial, teknologi yang semakin berkembang seperti mesin kopi yang semakin canggih, dan pertumbuhan ekonomi. Serta faktor internal seperti kemampuan karyawan untuk membuat kopi dengan standar yang telah ditetapkan, rasa dan kualitas produk yang diberikan, dan inovasi produk yang membuat Kopi Alit unggul dengan kompetitorinya.

Dengan menggunakan strategi intensif dapat membantu Kopi Alit unggul dari kompetitorinya, karena dengan strategi intensif Kopi Alit didorong untuk meningkatkan posisi kompetitif secara intensif dengan cara pengembangan produk yang sudah ada maupun membuat produk-produk unik yang belum ada sebelumnya

dan meningkatkan pemasarannya agar diketahui masyarakat serta dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisi yang dilakukan penulis pada Kopi Alit, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Kopi Alit:

1. Mengembangkan produk non-kopi untuk konsumen yang tidak dapat minum kopi dan menambahkan produk makanan ringan maupun berat.
2. Meningkatkan pemasaran dengan cara memasang iklan di media social seperti Instagram dan melakukan *endorsement* kepada *vlogger-vlogger* yang memberikan *review* dalam bidang kuliner.
3. Membuat *foodtruck* di dekat kampus atau sekolah
4. Mengikuti bazar agar masyarakat lebih mengetahui keberadaan Kopi Alit

DAFTAR PUSTAKA

- AEKI-AICE. (2017). *Sejarah Kopi di Indonesia*. Diambil kembali dari AEKI-AICE: http://www.aeki-aice.org/about_coffee.html
- Anik. (2009). Pengertian Coffee Shop.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2012). *Strategic Management: Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dulu, P. (2018, januari 12). *26 Coffee Shop Baru di Bandung 2017*. Diambil kembali dari pergidulu: <https://www.pergidulu.com/coffee-shop-baru-bandung-2017/>
- Fajrih, L. R. (2014, October 10). Orang Indonesia Minimum 114 Cangkir Kopi per Tahun.
- Hasibuan, N. (1993). *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli, dan Regulasi*. Jakarta: LP3S.
- Kukirno, S. (2002). *Pengantar Teori Mikroekonomi edisi ketiga*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Mawardi, D. (2009). *Belajar Goblok dari Bob Sadino*. Kintamani Publishing.
- Muhammad, S. (2014, March 19). Peluang Usaha Kopi.
- Porter, M. (2001). *Strateg Bersaing: Teknik Mengnalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Peneitian Pendidikan pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. BANDUNG: Alfabeta.

Sukardi. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Praktiknya*. Jakarta: Penerbit

Bumi Aksara.

Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka

Utama.