

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap Kopi Warga, terdapat kesimpulan yang ditarik oleh penulis untuk menjawab pertanyaan pada identifikasi masalah dalam penelitian ini :

1. Strategi bersaing yang diterapkan oleh Kopi Warga selama ini adalah strategi fokus diferensiasi yang terfokus pada strategi *blue ocean*. Fokus dari target pasar Kopi Warga adalah *niche market* yang jumlahnya relatif sedikit tetapi keputusan pembeliannya tidak dipengaruhi oleh harga dan memiliki tanggung jawab sosial yang sesuai dengan visi dan misi Kopi Warga. Penerapan diferensiasi dari Kopi Warga dapat dilihat pada proses bisnis dan standar pengelolaan kualitas produknya.
2. Analisis lingkungan persaingan dilakukan pada lingkungan eksternal dan lingkungan internal Kopi Warga. Pada lingkungan eksternal Kopi Warga, penulis menemukan bahwa ancaman yang terjadi pada Kopi Warga merupakan kuatnya merek pesaing. Lebih kuatnya merek pesaing yang ada menjadi ancaman utama bagi Kopi Warga yang dominan pelanggannya datang untuk *dine in*, melihat saat ini terdapat kebijakan PSBB dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian melalui media *online* (Go-Food atau Grab-Food). Hal

tersebut menjadi ancaman karena merek pesaing yang lebih kuat akan lebih mudah ditemukan oleh pelanggan. Sedangkan untuk peluang yang dimiliki oleh Kopi Warga merupakan lokasinya yang strategis dan minat masyarakat terhadap menu selain kopi yang tersedia di Kopi Warga.

Pada analisis internal Kopi Warga, penulis menemukan bahwa Kopi Warga memiliki kemampuan pada proses produksinya, yang terfokus pada pengelolaan kualitas produknya. Selain kualitas produknya, kualitas kedai yang disediakan juga menjadi kelebihan Kopi Warga (seperti suasana kedai) dan kualitas komunikasi antar divisi dalam proses *R&D* yang efektif. Namun strategi pemasaran Kopi Warga yang belum terbentuk menjadi kelemahan bagi Kopi Warga, sehingga pemasaran yang dilakukan oleh Kopi Warga masih belum sesuai dengan strategi yang ditetapkannya. Selain itu, hubungan dengan pelanggan yang dilakukan oleh Kopi Warga masih dinilai kurang, sehingga mempengaruhi keterikatan pelanggan terhadap promosi yang dilakukan oleh Kopi Warga.

3. Setelah melakukan analisis lingkungan eksternal dan lingkungan eksternal dan menggunakan analisis strategi matriks SWOT, strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan oleh Kopi Warga dalam melakukan persaingan di masa yang akan datang strategi diferensiasi pada proses bisnis hulu ke hilirnya dan tujuan sosial Kopi Warga dalam melestarikan lingkungan juga pemberdayaan petani kopinya. Penerapan strategi diferensiasi Kopi Warga di masa yang akan datang dapat

diterapkan dengan memprioritaskan pengembangan pada aspek pemasarannya yang strateginya masih belum terbentuk saat ini. Pengembangan strategi tersebut dapat berupa peningkatan hubungan dengan pelanggannya, juga pembentukan merek Kopi Warga.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Kopi Warga, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan oleh Kopi Warga terkait dengan penerapan strategi diferensiasi dengan memprioritaskan pengembangan strategi pada aspek pemasarannya, yaitu:

1. Mengembangkan kualitas pelayanannya. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan edukasi kepada pegawainya mengenai standar pelayanan, seperti interaksi dengan pelanggan.
2. Memperkenalkan pelanggan mengenai tujuan sosial Kopi Warga, yang dapat berupa informasi pada aksesoris yang dapat diletakkan di setiap meja yang ada di kedai Kopi Warga, atau dengan mengedukasi pelanggan secara langsung oleh pelayan.
3. Melakukan kegiatan yang memanfaatkan kebun kopinya, seperti melakukan *trip* bersama antara pelayan dan pelanggan ke kebun Kopi Warga untuk memperlihatkan proses produksi biji kopi dan minum kopi bersama di kebun Kopi Warga.

DAFTAR PUSTAKA

- Brocke, J. (2018). *Business Process Management Cases : Digital Innovation and Business Transformation in Practice*. Springer International.
- David, F. R. (2017). *Strategic Management : Concept and Cases - 16th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approached - 5th Edition*. Los Angeles: SAGE Publication.
- GÜREL, E., & TAT, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 994-1006.
- Indrizal, E. (2017). Diskusi Kelompok Terarah (Prinsip - Prinsip dan Langkah Pelaksanaan Lapangan). *Jurnal Antropologi : Isu - Isu Sosial Budaya*, 75-82.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management - 15th Edition*. Harlow: Pearson.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2008). *Human Resource Management - 12th Edition*. Thomson.
- McGee, J., & Sammut-Bonnici, T. (2015). *Wiley Encyclopedia of Management: Strategic Management Volume 12*. John Wiley & Sons.
- Mustami, A. A. (2017). *Pergesaran pola konsumsi masyarakat versi Nielsen*. Jakarta: Kontan.co.id.
- Parnell, J. A. (2014). *Strategic Management : Theory and Practice - 4th Edition*. London: SAGE.
- Pearce II, J. A., & Robinson, R. B. (2009). *Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy - 11th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Pass.
- Ruiz-Jiménez, J. M., & Fuentes-Fuentes, M. d. (2016). Management capabilities, innovation, and gender diversity in the top management team: An

- empirical analysis in technology-based SMEs. *Business Research Quarterly*, 107-121.
- Rumelt, R. P. (2011). *Good Strategy / Bad Strategy : The Difference and Why It Matters*. London: Profile Books Ltd.
- Saleh M, A. A. (2015). The Role of Marketing Capabilities in Firm's Success. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 56-65.
- Sugiarto. (2017). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyitno. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif : Konsep, Prinsip dan Operasionalnya*. Talungagung: Akademia Pustaka.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018). *Strategic Management and Business Policy : Globalization, Innovation and Sustainability- 15th Edition*. London: Pearson.
- Zuhriyah, D. A. (2019). *Industri Kedai Kopi Ditaksir Tumbuh 20% Tahun Ini*. Jakarta: Bisnis.com.
- (2018). *OPUS Creative Economy Outlook 2019*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif.
- (2020). *World Coffee Consumption* . International Coffee Organization.
- (2020). *Brewing In Indonesia: Insights for Successful Coffee Shop Business*. TOFFIN Indonesia.