

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis akan menjabarkan kesimpulan hasil penelitian sebagai jawaban identifikasi masalah.

6.1 Kesimpulan

6.1.1 Pertumbuhan Wheels Coffee Roasters dan Strategi Bisnis Selama Ini

Selama 3 tahun lebih berdiri, Wheels Coffee Roasters telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dilihat dari *outcome indicator* yaitu pertumbuhan omzet usaha, *output indicator* yaitu pertumbuhan produksi biji kopi, *capacity indicator* yaitu pertumbuhan jumlah tenaga kerja dan juga data kepuasan konsumen yang menunjukkan hasil positif. Keberhasilan ini didapatkan karena kemampuan pemilik mengkolaborasikan sumber daya (*tangible resource, intangible resource, dan juga organizational capabilities*) yang ada di dalam perusahaannya dengan peluang industri Coffee Shop di Kota Bandung dengan menghadirkan coffee shop

Wheels Coffee Roasters menggunakan strategi Best Value Focus atau biasa disebut juga Focused Differentiation dalam proses pertumbuhan perusahaannya. Diferensiasi yang dihadirkan oleh Wheels Coffee Roasters sendiri terdiri dari 2 bentuk yaitu diferensiasi produk dan juga diferensiasi layanan.

Diferensiasi produk yang ditawarkan oleh Wheels Coffee Roaster ialah biji kopi diolah sendiri mulai dari green beans hingga menjadi kopi siap minum dan harus dikonsumsi maksimal 40 hari sejak proses

pembuatan untuk menjaga cita rasa kopi, selain itu terdapat produk unggulan House Blend Tiga Raja yang merupakan percampuran berbagai macam biji kopi hingga mendapatkan komposisi yang tepat. Pelanggan

juga dapat memilih sendiri biji kopi dan juga tingkat kekentalan susu yang diinginkan sesuai dengan preferensinya masing-masing. Penulisan menu minuman milk based sendiri dituliskan dengan penulisan unik dan lain dari biasanya yaitu 5oz, 6 oz, 7oz, dan 8oz.

Sedangkan diferensiasi jasa yang diberikan oleh Wheels Coffee Roasters ialah pelanggan dapat melihat langsung proses *roasting* biji kopi karena lokasi *roasting* biji kopi ada di dalam *coffee shop* itu sendiri. Pelanggan juga dapat melakukan sesi konsultasi dengan barista untuk menentukan jenis minuman apa yang diinginkannya.

6.1.2 Kendala dan Tantangan dalam Pertumbuhan

Terdapat berbagai faktor kendala dan tantangan yang dapat mengganggu pertumbuhan dari Wheels Coffee Roasters sendiri yaitu:

- **Keuangan**

Wheels Coffee Roasters berdiri menggunakan modal awal dari orangtua pemilik dan tidak ada campur tangan investor lainnya. Sehingga terdapat kendala terhadap ketersediaan akses modal jika pemilik ingin memperbesar jaringan usahanya ,

- **Manajerial**

Pengelolaan laporan keuangan dilakukan sendiri oleh pemilik dengan pengetahuan terbatas atas laporan keuangan karena tidak memiliki latar pendidikan yang cukup dalam pembuatannya. Laporan keuangan sederhana akan menyulitkan pemilik dalam proses investasi dana oleh investor untuk pengembangan bisnisnya.

- Lokasi dan Jaringan

Lokasi pemasok berada di luar Kota Bandung yaitu di Gunung Ijen Jawa Timur dan Bali. Lokasi yang jauh ini berdampak terhadap biaya ongkos kirim yang tinggi dan juga waktu pengiriman yang lama.

- Ekonomi

Daya beli masyarakat yang menurun menjelang Lebaran tahun 2020 dikarenakan ekonomi yang melambat. Selain itu Pandemic Covid 19 juga menyebabkan tergangungnya pasokan gula dan harga yang terus merangkak naik.

- Kompetisi

Semakin banyaknya penjual minuman berbahan dasar kopi yang dapat dengan mudah ditemu di mall, café, maupun di kedai sederhana.

- Kejahatan dan korupsi

Struktur organisasi yang cukup sederhana membuat proses pengawasan terhadap ketidakpatuhan dan pelanggaran birokrasi tidak dapat dilakukan dengan maksimal.

- Infrastruktur

Seringkali terjadi pemadaman bergilir oleh PLN dapat berdampak terhadap kerusakan alat elektronik milik perusahaan.

6.1.3 Langkah strategis yang direkomendasikan untuk Wheels Coffee

Roasters

Analisis perusahaan pada BAB 5 menunjukkan bahwa Wheels Coffee Roasters berada dalam kuadran 1 Matriks Internal Eksternal, yaitu Growth. Strategi alternatif yang disarankan untuk Wheels Coffee Roasters ialah penetrasi pasar untuk menarik konsumen yang sebelumnya bukan merupakan pengguna produk perusahaan serta meningkatkan frekuensi konsumsi dari konsumennya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh penulis dari penelitian terhadap Wheels Coffee Roasters, maka penulis menyarankan beberapa masukan yang diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi Wheels Coffee Roasters untuk dapat mengembangkan perusahaannya. Adapun masukan ialah sebagai berikut:

- Menggunakan platform digital seperti Youtube, Instagram maupun Facebook dengan bantuan *food blogger* sebagai sarana pemasaran produk.
- Melakukan kerjasama dengan layanan antar makanan seperti GrabFood dan juga Go Food
- Mengadakan kontes foto untuk menarik pengunjung.
- Melakukan kerja sama dengan komunitas-komunitas tertentu
- Mengikuti kegiatan bazar makanan sebagai sarana promosi perusahaan.

- Memperbaiki struktur organisasi perusahaan dengan menentukan leader di masing-masing divisi.
- Mempekerjakan karyawan *outsorce* untuk membantu pemilik dalam pembuatan laporan keuangan dengan baik serta pelaporan perpajakan.
- Membuat promosi penjualan seperti dalam membership card khusus yang diperuntukan bagi para karyawan, dokter dan juga dokter residen yang bekerja di Rumah Sakit Hasan Sadikin yang lokasinya berdekatan dengan Wheels Coffee Roasters.
- Melakukan kerjasama dengan bank untuk memberikan promosi penjualan kepada konsumen yang juga merupakan nasabah bank tersebut.
- Mengikuti perkembangan trend dalam dunia kuliner dan menjawabnya dalam inovasi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Absanto, G. & Nnko, E., 2013. Analysis of Business Growth Strategies and Their Contribution to Business Growth : A Tanzania Case Study. *International Journal of Economic , Commerce and Management*, p.11.
- Absanto, G. & Nnko, E., 2013. Analysis of Business Growth Strategies and Their Contribution to Business Growth : A Tanzania Case Study. *International Journal of Economics, Commerce and Mangement*, p.12.
- Akbar, U.H.d.P.S., 2011. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Anoraga, P., 2011. *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Augesti, A., 2019. *Liputan 6*. [Online] Available at: <https://www.liputan6.com/-jadi-produsen-kopi-terbesar-di-dunia-salah-satunya-indonesia> [Accessed 28 Januari 2020].
- Cahya, P., 2019. [Online] Available at: <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/putriana-cahya/tren-kopi-susu-kekinian/full> [Accessed 26 Januari 2020].
- Citradi, T., 2020. *CNBC Indonesia*. [Online] Available at: <https://www.cnbcindonesia.com/news/200317151131-4-145534/harga-gula-mengamuk-di-tengah-panic-buying-corona> [Accessed 20 Maret 2020].
- Cymbidiana, R.E. & Dr. Rosidi, 2013. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Menetapkan Strategi Untuk Keberlangsungan Hidup Perusahaan

- (Studi Kasus Pada Industri Rumah Tangga Keripik Tempe Ri-Mas Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, p.4.
- Cymbidiana, R.E. & Rosidi, 2013. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menetapkan Strategi untuk Keberlangsungan Hidup Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, p.3.
- David, F.R., 2011. *Strategic Management Concepts and Cases*. New Jersey: Pearson Education.
- Dess, G.G., Lumpkin, G.T. & Eisner, A.B., 2010. *Strategic Management*. New York: McGraw Hill Companies Inc.
- Feldmand, E.R. & McGrath, P.J., 2016. Divestitures. *Journal of Organization Design*, p.1.
- Gunawan, D.S., Alhabsji, T. & Rahardjo, K., 2017. Jurnal Administrasi Bisnis. *Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal Menyusun Strategi Perusahaan (Studi Perencanaan Strategi Komoditi Kelapa Sawit Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero))*, p.25.
- Ikhsania, A.A., 2017. *Okelifestyle*. [Online] Available at: <https://lifestyle.okezone.com/read/2017/11/09/298/1811342/alasan-konsumsi-kopi-jadi-tren-gaya-hidup-masyarakat-urban> [Accessed 21 Maret 2020].
- Kuntur, R., 2009. *Metode Penelitian Untuk Penlisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- Lukihardianti, A., 2018. *Republika*. [Online] Available at: <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/05/06/p8b6qe38>

- 2-bisnis-kuliner-di-bandung-dinilai-sangat-menjanjikan [Accessed 16 April 2020].
- monicasef, 2019. *Suara.com*. [Online] Available at: <https://www.suara.com/yoursay/2019/10/25/065000/kedai-kopi-bisnis-masa-kini-menjanjikan-di-masa-depan> [Accessed 16 April 2020].
- Nitisusantro, M., 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Novika, S., 2020. *detikfinance*. [Online] Available at: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4917309/daya-beli-masyarakat-diprediksi-melemah-jelang-lebaran-2020> [Accessed 20 Maret 2020].
- Pashatama, S., 2019. *Kumparan*. [Online] Available at: <https://kumparan.com/shasya-pashatama/10-tempat-ngopi-hits-di-bandung-1r2ve129WRK> [Accessed 16 April 2020].
- Pearce II, J.A. & Robinson, R.B., 2011. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratomo, H.B., 2019. *Merdeka.com*. [Online] Available at: <https://www.merdeka.com/uang/tahun-depan-bandung-bakal-wajibkan-pemakaian-kantong-plastik-bayar-rp-5000.html> [Accessed 21 Maret 2020].
- Prestyo, A., 2019. *Media Indonesia*. [Online] Available at: <https://mediaindonesia.com/read/detail/211486-kebijakan-pemerintah-bukti-keberpihakan-kepada-ukm> [Accessed 21 Maret 2020].

- Ratnasari, E.D., 2018. *5 Minuan Pengganti Kopi yang Tak Kalah "Berenergi"*.
[Online] Available at:
<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180912152602-262-329647/5-minuman-pengganti-kopi-yang-tak-kalah-berenergi> [Accessed 18 Maret 2020].
- Rihanto, D., 2019. [Online] Available at:
<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01316389/pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-sumbang-635-terhadap-pdb-nasional>
[Accessed 31 Januari 2020].
- Riswandi, A., Thahir, H. & Santi, N.I., 2016. Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan (Studi Pada Rumah Makan Darisa Cafe Campus). *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, p.293.
- Rustamblin, D., Thoyib, A. & Zain, D., 2013. Pengaruh Strategi Generik terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Bank Umum). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, p.116.
- S, C. & Ardianti, R.R.R., 2014. Faktor-Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil Pada Sektor Formal dan Informal di Jawa Timur. *Agora Jurnal Mahasiswa Manajemen Bisnis*.
- Sholeh, A., 2020. [Online] Available at:
<https://www.megapolitanpos.com/detail/14986/pertumbuhan-industri-kopi-ciptakan-peluang-bisnis-bagi-ukm> [Accessed 31 Januari 2020].
- Silalahi, D.U., 2018. *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.

- Sugianto, D., 2019. [Online] Available at: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun> [Accessed 26 Januari 2020].
- Sulistiani, D., 2013. Mencapai Keunggulan Bersaing dengan Strategi Diferensiasi. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi*, p.2.
- Ung, L.J., Brahmana, R. & Puah, C.H., 2016. Does Retrenchment Strategy Induce Family Firm's Value ? A study From Malaysia. *International Journal Management Practice*, p.365.
- Wheelen, T.L. & Hunger, J.D., 2012. *Strategic Management and Business Policy Toward Global Sustainability*. New Jersey: Pearson.
- Wheelen, T.L. & Hunger, J.D., 2012. *Strategic Management and Business Policy Toward Global Sustainability*. New York: Pearson.
- Widiarini, A.D., 2019. [Online] Available at: <https://money.kompas.com/read/2019/07/08/070800926/menyelisik-tren-bisnis-kopi-di-masa-depan?page=all> [Accessed 26 Januari 2020].
- Wulan, S. & Widyaningsih, 2011. Analisis Strategi Bersaing Penjualan Sepeda Motor Kawasaki PT. Cemerlang Motor Lestari di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, p.37.
- Zuhriyah, D.A., 2019. [Online] Available at: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/daq-industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini> [Accessed 31 Januari 2020].