

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk NWC di masa yang akan datang.

#### **V.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian terhadap NWC, maka dapat diperoleh kesimpulan berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian. Berikut ini ialah kesimpulan yang dapat diperoleh dalam penelitian ini:

1. Perumusan strategi yang diterapkan di NWC merupakan strategi yang memiliki bisnis level *differentiation*. Strategi *differentiation* yang dirumuskan adalah NWC menjadi *café* khusus pertemuan kecil (*meeting* atau *co-working space*).
2. Strategi level fungsional yang diterapkan pada NWC terdiri dari empat macam strategi, yaitu strategi pemasaran, strategi operasional, strategi SDM, dan strategi keuangan.
3. Strategi pemasaran yang diterapkan pada NWC adalah melalui *product* paket *meeting* dan paket nugas yang disertai dengan harga paket yang menunjang, yaitu dengan kisaran Rp. 20.000 hingga Rp 40.000. Selain itu, strategi pemasaran dilakukan juga dengan melakukan promosi berbasis *offline* (Bazaar Kuliner) dan *online* (*Instagram ads* dan *Instagram feeds*).
4. Strategi operasional NWC yang dapat diterapkan adalah pembuatan *drive thru coffee*, peningkatan fasilitas penunjang (*exhaust*), dan perubahan tata letak *café* yang sesuai dengan konsep *co-working space*.
5. Strategi sumber daya manusia yang dapat dilakukan NWC adalah melakukan pengembangan tim pemasaran, implementasi *mini-training* untuk meningkatkan performa pelayanan, dan peningkatan keamanan dengan perekrutan tim keamanan.
6. Strategi keuangan yang dapat diterapkan pada NWC adalah mengatur dan menyiapkan dana untuk kebutuhan NWC (biaya promosi dan biaya

operasional), melakukan penekanan biaya operasional, mengatur perencanaan pembayaran hutang (sewa) maupun biaya tak terduga untuk efektifitas keuangan yang lebih baik dari NWC, serta mempertimbangkan mengenai pemberian gaji atau upah terhadap sumber daya manusia dari NWC.

## V.2 Saran

Pada subbab ini akan dibahas mengenai saran yang diberikan terkait hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Saran tersebut ditujukan kepada NWC untuk di masa yang akan datang dan ditujukan pula untuk membantu penelitian selanjutnya. Berikut ini merupakan beberapa saran yang dapat diberikan.

1. Menerapkan *Functional Level Strategy* yang telah dirumuskan untuk meningkatkan pendapatan NWC.
2. NWC diharapkan dapat lebih adaptif terkait perubahan minat pasar yang fluktuatif, sehingga analisis eksternal dapat dilakukan secara berkala sebagai bahan evaluasi.
3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan bahwa terdapat pendalaman analisis dari tiap komponen *functional level strategy*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, K. (1985). *Konsep Strategi Perusahaan*. Surabaya: Erlangga.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung 2016*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistika Bandung. (2018). *Jumlah dan Tingkat Pertumbuhan Café dan Restoran di Bandung*. Diakses dari: <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/121/-jumlah-restoran-rumah-makan-di-kota-bandung-2016.html>.
- Brown, S., dan Blackmon, K. (2005). *Aligning Manufacturing Strategy and Business-Level Competitive Strategy in New Competitive Environments: The Case for Strategic Resonance*. *Journal of Management Studies*. Vol 42, No. 4, Halaman 793-815, Juni 2005.
- Brown, R. D., dan Petrello, G. J. (1976). *Introduction to Business, An Integration Approach*. Beverly Hills: Glen Coe Press.
- CNN Indonesia. (2020). *Update Jumlah Kasus Covid-19 di Indonesia*. Diakses dari: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200915143216-20-546735/update-corona-15-september-225030-positif-161065-semuh>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. dan Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Griffin, R. W. dan Ebert, R. J. (1996). *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Hanafi dan Sisilia (2015). *Perancangan Model Bisnis Bengkel Doctor Oto Menggunakan Bisnis Model Canvas*. Diunduh dari: [https://www.academia.edu/27669821/PERANCANGAN\\_MODEL\\_BISNIS\\_BENGKEL\\_DOCTOR\\_OTO\\_MENGGUNAKAN\\_MODEL\\_BISNIS\\_KANVAS](https://www.academia.edu/27669821/PERANCANGAN_MODEL_BISNIS_BENGKEL_DOCTOR_OTO_MENGGUNAKAN_MODEL_BISNIS_KANVAS).
- Hill, C. W. L. dan Jones, G. R. (2007). *Strategic Management: An Integrated Approach*. Eighth edition. New York: Houghton Mifflin Company.
- Hubbard, G. dan Beamish, P. (2011). *Strategic Management: Thinking, Analysis, Action*. Frenchs Forest. N.S.W: Pearson Australia

- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Longman Dictionary of English Language and Culture*. (1992). Third edition 2005.
- Madura, J. (2001). *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Maliha, D. (2019). *The Factor Analysis of Marketing Mix for Franchise Coffee Shop*. Journal of Economics & Business.
- Merriam-Webster's Dictionary and Theosaurus*. (2014). Newest Edition (c) 2014 Mass Market Paperback.
- Muhammad. (2020). *New Marketing Strategy to Emphasize Awareness and Brand Positioning in Low Barrier Market*. Journal of Business Administration.
- Mulyadi. (2001). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*, Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Olson dan Slater. (2002). *Cunsomer Behavior, and Marketing Strategy*. New York: The Free Press A Division of Macmillan Inc.
- Osterwalder, A. dan Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (2008). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tangerang: Karisma Publishing Group
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, E. M. (2019). "Ini Lho yang Mempengaruhi Berkembangnya Tren Minum Kopi". Diakses dari: <https://www.brilio.net/creator/ini-lho-yang-mempengaruhi-n-berkembangnya-tren-minum-kopi-e18449.html>.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suwandiyanto, M. (2010). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Bandung: Alfabeta
- Ward, J. dan Peppard, J. (2002). *Strategic Planning for Information Systems*, Inggris: John Wiley dan Sons

- Wheelen, T. L. dan David, H. J. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability*. Fifteenth Edition. Pearson. Terjemahan, Jakarta: Salemba Empat.
- Yusanto, M. I. dan Widjayakusuma, M. K. (2003). *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*, Jakarta: Khairul Bayan.