

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bagian paling akhir dari sebuah penelitian. Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil dilakukannya penelitian. Selain itu, pada bab ini juga akan diberikan beberapa saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya dan diberikan untuk objek penelitian.

VI.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan terhadap Kopi Ncek terdapat beberapa hal yang dapat ditarik sebagai kesimpulan dari hasil penelitian tersebut. Beberapa kesimpulan tersebut antara lain.

1. Berdasarkan pada perumusan *Business Level Strategy* yang telah dilakukan, rekomendasi yang diberikan kepada Kopi Ncek adalah strategi *differentiation* dengan mengubah konsep kedai Kopi Ncek yang semula modernisasi kopitiam menjadi kedai kopi klasik.
2. Perumusan pemasaran dengan menggunakan pembauran pasar 7P rekomendasi pemasaran yang diberikan melalui produk minuman klasik dan minuman-minuman dengan cita rasa camilan klasik. Harga produk yang ditawarkan tersebut berada dalam rentang harga Rp. 18.000,00 hingga Rp. 20.000,00. Promosi yang direkomendasikan adalah dengan memasang iklan pada sosial media *facebook* dan membuat konten *youtube* dengan mengundang *foodblogger* yang aktif pada *youtube*. Lokasi yang direkomendasikan adalah dengan menggunakan lokasi yang sama dengan saat ini namun diberikan penambahan beberapa dekorasi untuk meningkatkan kesan klasik.
3. Berdasarkan pada hasil perumusan perencanaan operasional, sumber daya yang dimiliki saat ini dirasa kurang maksimal bagi Kopi Ncek sehingga diberikan rekomendasi untuk melakukan pembagian tugas diantara para *owner* yang terbagi atas pimpinan kedai, bagian keuangan dan bagian pemasaran. Selain itu untuk mendukung kegiatan

operasional, diberikan rekomendasi untuk menambah beberapa tenaga kerja yang memiliki keahlian khusus pada bagian masing-masing.

4. Perencanaan keuangan dilakukan untuk mengetahui total biaya yang dibutuhkan pada rekomendasi yang diberikan bagi Kopi Ncek. Perencanaan keuangan pada Kopi Ncek menunjukkan bahwa pendanaan bagi rekomendasi yang diberikan adalah melalui pendanaan pribadi dari *owner* Kopi Ncek.

VI.2 Saran

Saran merupakan beberapa hal yang dapat diberikan oleh peneliti kepada penelitian selanjutnya agar menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian berikutnya. Selain itu, saran juga diberikan kepada objek penelitian agar hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi pelaksanaan operasional objek penelitian. Beberapa saran yang dapat diberikan antara lain.

1. Menerapkan *Business Level Strategy* dan *Functional Level Strategy* yang telah dirumuskan dalam pelaksanaan kegiatan operasional Kopi Ncek.
2. Kopi Ncek diharapkan lebih fokus dalam proses pemasaran yang dilakukan agar dapat meningkatkan reputasi bisnis Kopi Ncek.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan analisa lebih mendalam dalam melakukan analisa internal dan eksternal untuk perumusan analisa SWOT.

Daftar Pustaka

- Anggito, A., dan Setiawan, J, S.Pd.,(2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi, Indonesia: CV Jejak.
- Atkinson, S. (2014). *The Business Book*. New York: DK Publishing
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (2018): *Kopi: Indonesian Coffee Craft & Culture*. Jakarta
- Badan Pusat Statistik (2020): *Berita Resmi Statistik: Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2020*. Jakarta
- Badan Pusat Statistik (2020): *Berita Resmi Statistik: Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2020*. Jakarta
- Boone, dan Kurtz, D., L (2012). *Contemporary Business 2012 Update Edition*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc
- Dahwilani, D. M. (2019,17 Desember) Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia. *iNews.id*. Diunduh dari <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Data Reportal (2020) Digital 2020: Indonesia. Datareportal.com. Diunduh dari <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- DuFour, R., dan Eaker, R. (1998). *Professional Learning Communities at Work: Best Practices For Enhancing Student Achievement*. Bloomington: National Education Service
- Gamble, J.E., Peteraf, M. A., dan Thompson, J. A. A. (2015). *Essentials of Strategic Management : The Quest for Competitive Advantage*. United States of America: McGraw-Hill
- Gibson, J.L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J.H., dan Konopaske, R. (2012). *Organization : Behaviour, Structure, and Process*. Edisi 14. New York: MGrav-Hill.
- Global Agricultural Information Network (2019). *Indonesia Coffee Annual Report 2019*. United States
- Hariyanti, D. (2019, 7 Januari) Empat Menu Terbanyak yang Dipesan Melalui Go-Food. *Katadata.co.id* Diunduh dari

<https://katadata.co.id/berita/2019/01/07/empat-jenis-menu-terbanyak-dipesan-melalui-gofood>

- Hitt, M.A., Ireland, R.D., dan Hoskisson, R.E., (2011). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization: Concepts, Ninth Edition*. United States of America: Cengage Learning.
- Jakfar & Kasmir. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta:Kencana.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2019). *Analisis Perkembangan Industri*. Jakarta : Pudastin Kemenperin.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia (2017). *Peluang Usaha IKM Kopi*. Jakarta
- Knight, R (2016). *Make Sure Your Team's Workload Is Divided Fairly*. *Harvard Business Review*. Diunduh dari: <https://hbr.org/2016/11/make-sure-your-teams-workload-is-divided-fairly>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Principle of Marketing, 12th ed*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2011). *Principle of Marketing, 14th ed*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management, Millenium Edition*. New Jersey: Pearson Education Company.
- Lasher, W. (1994). *The Perfect Business Plan Made Simple*. New York: Doubleday.
- Macmillan, H., dan Tampoe, M. (2000). *Strategic Management. Process, Content and Implementation*. New York: Oxfor University Press Inc.
- Osterwalder, A., dan Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Chichester.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press
- Pride, M, W., dan Ferrel, O, C. (2014). *Marketing 2014 17th edition*. Mason, USA : Cengage Learning
- Quincy, R., Lu, S., dan Huang, C. C. (2012). *SWOT Analysis Raising Capacity of Your Organization*. Beijing, China: Huamin Philanthropy Brochure Series
- 2
- <https://www.investopedia.com/terms/p/porter.asp#:~:text=Porter's%20Five%20Forces%20is%20a%20framework%20for%20analyzing%20a%20company's,products%20influence%20a%20company's%20profitability.>

- Rangkuti, F. (2005). *Business Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Analisis Kasus*. Jakarta, Indonesia : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT Analysis. Peluang di balik Setiap Kesulitan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Salendra. (2014). *Coffee Shop as a Media for Self-Actualization Today's Youth*. Semarang
- Triwijanarko, R. (2019, 24 September) Riset 58% Konsumen Pesan Makanan Via Aplikasi Online. Marketeers.com Diunduh dari <https://marketeers.com/58-konsumen-pesan-makanan-via-aplikasi-online/>
- Wandrial, S. (2011). *Analisis Internal Perusahaan (Strength & Weakness), Menggunakan Konsep "Resource-Based View Of The Firm" Dengan Kerangka VRIO*. Jakarta
- Ward, J., dan Peppard, J. (2002). *Strategic Planning for Information Systems*. Great Britain: John Wiley & Sons Ltd.
- We Are Social (2020) Digital In 2020. Wearesocial.com. Diunduh dari <https://wearesocial.com/digital-2020>
- William, K. (2009). *Strategic Management*. Great Britain: Dorling Kindersley Limited.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., dan Bamford, C. E. (2018). *Strategic Management and Business Policy*. United Kingdom: British Library Cataloguing-in Publication Data
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- <https://www.statista.com/outlook/374/120/online-food-delivery/indonesia#market-revenue>
- <https://www.statista.com/outlook/374/120/online-food-delivery/indonesia>
- <https://www.statista.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/>