

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan terhadap strategi bersaing Kopi Lain Hati, dengan menganalisis faktor eksternal dan internalnya, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kopi Lain Hati menggunakan strategi diferensiasi, yang berusaha untuk menawarkan varian minuman yang menarik, dengan nama yang unik untuk menarik perhatian konsumen yang mencari varian kopi yang berbeda. Kopi Lain Hati berusaha mengeluarkan varian minuman yang dapat dinikmati oleh konsumen khususnya kaum muda yang memiliki *lifestyle* untuk wajib meminum kopi. Varian minuman tersebut juga dibuat dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, dan berbeda dengan *coffee shop* lainnya. Strategi diferensiasi juga digunakan dalam kegiatan pemasarannya, dimana Kopi Lain Hati menggunakan panggilan “sayang” kepada konsumennya, dan juga menggunakan video cerita pendek dengan judul yang menggunakan menu-menu dari Kopi Lain Hati.
2. Kopi Lain Hati memiliki kekuatan yaitu, *brand image* yang sudah terbentuk, serta manajemen bisnis dan keuangan yang sudah terbentuk. Dengan menggunakan kekuatannya, Kopi Lain Hati memanfaatkan peluang yaitu *lifestyle* masyarakat yang berubah, dan dukungan pemerintah bagi pelaku usaha bisnis untuk memperluas pangsa pasar dengan membuka *franchisee* di berbagai daerah di Indonesia. Kopi Lain Hati juga menggunakan kekuatannya untuk mengatasi ancaman yaitu, jumlah *coffee shop* yang meningkat, inovasi di dunia kuliner tidak pernah berhenti, dan reputasi merek *franchise*

yang mudah terpengaruh dengan bekerjasama dengan *brand* terkenal untuk mengeluarkan menu baru yang unik. Sedangkan kelemahan dari Kopi Lain Hati adalah memiliki fleksibilitas rendah, dan tidak memiliki *website* resmi. Dengan melihat peluang yang ada, Kopi Lain Hati berusaha meminimalkan kelemahannya dengan mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial Instagram dengan menggunakan fitur-fitur yang tersedia. Kopi Lain Hati juga berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman yaitu dengan *franchisee* dapat memberikan saran pada pusat, dan mengoptimalkan pelayanan kepada konsumen.

3. Kopi Lain Hati menawarkan varian minumannya yang unik, bahan bakunya yang berkualitas, serta pemasarannya yang unik menjadi alasan konsumen membeli produk Kopi Lain Hati. Nama Kopi Lain Hati yang sudah dikenal masyarakat pun, menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen ingin membeli minuman Kopi Lain Hati, dimana konsumen sudah mengetahui rasa dari minuman tersebut. Sehingga dapat dilihat bahwa, persepsi pemilik usaha mengenai Kopi Lain Hati yang menggunakan strategi diferensiasi telah sama dengan hasil analisis yang dilakukan peneliti.

6.2 Saran

Setelah melihat kesimpulan yang ada pada sub bab 6.1. Pada sub bab ini berisi saran yang diberikan untuk Kopi Lain Hati, yaitu :

1. Membuat *website* resmi Kopi Lain Hati, agar terlihat lebih profesional dan dapat dipercaya. Apa bila ada yang tertarik untuk membeli *franchise* Kopi Lain Hati, maka dapat mengunjungi *website* untuk melihat informasi mengenai *franchise*, dan bagaimana cara membeli *franchise* tersebut.
2. *Franchisor* dapat menerima saran atau ide dari *franchisee* untuk kemajuan *coffee shop*.

3. Bekerja sama dengan brand terkenal lainnya untuk mengeluarkan varian minuman baru yang unik.
4. Membuka *franchisee* Kopi Lain Hati di berbagai daerah di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Abdillah, M. B., Hakim, R. M., Damiri, D. M., & Zahra, F. (2017). BUSINESS STRATEGY ANALYSIS ON SMEs BAMBOO CRAFTS IN BANDUNG CITY. *AdBispreneur Vol. 2, No. 3*, 227-242.
- Ajibroto, K., Keizer, H. d., & Pringgabayu, D. (2018). ANALISIS LINGKUNGAN STRATEGIS UNTUK MENINGKATKAN KOMPETITIFITAS PRODUK PERBANKAN. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol 9, No. 1*, 61.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- David, F. R. (2011). *Strategic management : concepts and cases*. New Jersey: Prentice Hall.
- Elias, M. C. (2018). ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA PERUSAHAAN BIRO PERJALANAN DI MALANG. *AGORA Volume 6, No. 2, 3*.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Handoko, T. H. (2015). *Dasar - Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Haq, H., Saori, S., M, M., & Febrian, A. F. (2017). ANALISIS TEORI STRATEGI GENERIK PORTER UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN .
- Herviani, V., & Febriansyah, A. (2016). TINJAUAN ATAS PROSES PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA YOUNG ENTERPRENEUR ACADEMY INDONESIA BANDUNG. *Jurnal Riset Akuntansi – Vol VIII/No.2*, 23.
- HM, R. (2015). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN UDANG BEKU PT. MUSTIKA MINA NUSA AURORA TARAKAN, KALIMANTAN UTARA. *Jurnal Galung Tropika, 4 (1)*, 61-62.
- Indah, D. R. (2015). Analisis SWOT pada Saqinah Swalayan di Kota Langsa . *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.4, NO.1*, 281-282.

- Indonesia.go.id. (2019, Agustus 23). *Cara Mengurus Perizinan Kafe*. Retrieved from
Indonesia.go.id Portal Informasi Indonesia:
<https://indonesia.go.id/layanan/perdagangan/ekonomi/cara-mengurus-perizinan-kafe>
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*.
Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kumparan. (2019, Maret 28). *Meneguk Kesegaran Es Kopi Susu Kekinian di Kopi Lain Hati*.
Retrieved from Kumpara: <https://kumparan.com/kumparanfood/meneguk-kesegaran-es-kopi-susu-kekinian-di-kopi-lain-hati-1553680438570653464/full>
- Marcel. (2011). TI Sebagai Enable Dari 5 Forces Porter dan Blue Ocean Strategy (Studi Kasus
: Dell Dengan Virtual Integration). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol.11, No.2*, 307.
- NapoleonCat. (2020, Januari). *Instagram users in Indonesia January 2020*. Retrieved from
NapoleonCat.com: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/01>
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis Competitive force dan Competitive Strategy Sistem
Informasi Kuliner di Indonesia. *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational
Education (ELINVO), Volume 1, Nomor 2*, 120.
- Pergidulu. (2019, Juli 3). *38 Coffee Shop Baru di Bandung 2019*. Retrieved from
pergidulu.com: <https://www.pergidulu.com/coffee-shop-baru-bandung-2019/>
- Prasetyo, W. B. (2020, Februari 21). *2020 Kedai Kopi Diprediksi Tumbuh 15%*. Retrieved
from Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/601687-2020-kedai-kopi-diprediksi-tumbuh-15>
- Redjeki, S. (2018). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA PENGOLAHAN KOPI
LEGATO . *Seminar Nasional dan Call for Paper: Manajemen, Akuntansi dan
Perbankan*, 112.

- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol. 6*, 50.
- Rustamblin, D., Thoyib, A., & Zain, D. (2013). Pengaruh Strategi Generik terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Bank Umum) . *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sofie, F., & Fitria, S. E. (2018). AGUNG), IDENTIFIKASI FUNGSI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA PADA USAHA MENENGAH (STUDI PADA CV. KOTA. *Jurnal Wacana Ekonomi Vol. 18*, 3.
- Subagyo, P. J. (2011). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugianto, D. (2019, Desember 17). *Hasil Riset: Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun*. Retrieved from Detik Finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-ri-set-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>
- Tribun News. (2019, November 27). *Ternyata Ini di Balik Kesuksesan Kedai Kopi Kekinian Kopi Lain Hati* . Retrieved from Tribun bisnis: <https://www.tribunnews.com/bisnis/2019/11/27/di-balik-kesuksesan-kedai-kopi-kekinian-kopi-lain-hati?page=2>
- Uslu, A., & Huseynli, B. (2018). IMPACT OF PRICE SENSITIVITY ON REPURCHASE INTENTION IN TERMS OF PERSONALITY FEATURES. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 517.
- Wardoyo, P. (2011). *Alat Analisis Manajemen*. Semarang: Semarang University Press.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*.

Jakarta: Kencana .

Zuhriyah, D. A. (2019, Agustus 22). *Industri Kedai Kopi Ditaksir Tumbuh 20% Tahun Ini*.

Retrieved from ekonomi.bisnis.com:

[https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-](https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini)

[tumbuh-20-tahun-ini](https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini)