

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap Boyle's Coffee Indonesia, penulis akan menguraikan kesimpulan yang didapatkan untuk menjawab pertanyaan yang tertera pada identifikasi masalah dalam penelitian ini :

1. Strategi bersaing yang diterapkan selama ini oleh Boyle's Coffee Indonesia adalah strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi merupakan strategi yang memberikan ciri-ciri kepada perusahaan dengan cara menampilkan keunikan yang dimiliki yang berbeda dengan pesaing dan keunikan tersebut memiliki harga yang tinggi. Boyle's Coffee Indonesia menjual keunikan yang dimiliki dengan harga yang tinggi. Keunikan yang dimiliki oleh Boyle's Coffee Indonesia adalah memiliki *Lab Coffee* sendiri yang dalam proses produksi kopinya menggunakan metode *cold drip* dan memproduksi dalam jumlah yang banyak.
2. Pada analisis persaingan, penulis melakukan analisis terhadap lingkungan internal dan lingkungan eksternal dari Boyle's Coffee Indonesia. Pada analisis lingkungan internal penulis menemukan bahwa Boyle's Coffee Indonesia memiliki perbedaan dari kedai kopi lainnya, yaitu memiliki *lab coffee* sendiri yang dalam proses produksi yang tempatnya menyatu dengan kedai kopi sehingga proses produksinya dapat dilihat oleh konsumen dan mampu memproduksi kopi dengan jumlah yang banyak dengan rasa yang lebih stabil.

Kelebihan inilah yang membuat produk yang ditawarkan oleh Boyle's Coffee Indonesia lebih tinggi dari harga produk pesaingnya. Namun terdapat kelemahan yang dimiliki oleh Boyle's Coffee Indonesia, yaitu strategi pemasaran yang belum dilakukan secara optimal dilihat dari kurangnya interaksi dengan konsumen di media sosial sehingga kurangnya ketertarikan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Pada lingkungan eksternal, penulis menemukan peluang yang dimiliki oleh Boyle's Coffee Indonesia yaitu lokasi yang dekat dengan kampus dan padat penduduk. Sedangkan untuk ancaman yang dimiliki oleh Boyle's Coffee Indonesia adalah ketatnya persaingan di industri kopi dan banyaknya pesaing yang lebih dikenal oleh pasar. Hal tersebut menjadi ancaman karena produk pesaing akan lebih diminati oleh konsumen.

3. Strategi yang direkomendasikan oleh penulis berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan adalah strategi diferensiasi dengan mengutamakan pengembangan pada aspek pemasaran. Pemilihan strategi ini dipilih agar Boyle's Coffee Indonesia mampu menjangkau target pasarnya lebih luas dan mampu memperkenalkan produknya kepada masyarakat diberbagai kalangan.

6.2 Saran

Berikut merupakan beberapa saran yang dapat dilakukan oleh Boyle's Coffee Indonesia berdasarkan hasil analisis penulis :

1. Meningkatkan inovasi elemen produk seperti model kemasan sehingga lebih menarik dan mudah untuk memberikan persepsi produk pada pelanggan.
2. Meningkatkan kualitas layanan Boyle's Coffee Indonesia agar lebih efektif dan efisien sehingga terciptanya loyalitas konsumen.
3. Memilih cara pemasaran yang baik agar informasi terkait produk dapat diserap dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar , C. (2020, Agustus 11). Kemenperin Proyeksi Industri Makanan Minuman Tumbuh 3 Persen Akhir 2020. Jakarta, Jakarta, Indonesia. Retrieved from TEMPO.CO: <https://bisnis.tempo.co/read/1374738/kemenperin-proyeksi-industri-makanan-minuman-tumbuh-3-persen-akhir-2020-jika>
- Assauri, S. (2016). *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantage*. PT. Raja Grafindo Persada.
- David, F. (2004). *Manajemen Strategis : Konsep- Konsep* .
- David, F. (2011). *Strategic Management - Thirteenth Edition*. Pearson.
- David, F. R. (2017). *Strategic Management : Concept and Cases - 16th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Dergisi, U. (2017). *SWOR Analysis: A Theoretical Review*. The Journal of International Social Research.
- Durai, M. M. (2014). *Business Policy and Strategic Management*. S. Chand .
- Hooley, G., Piercy, N. F., Nicoulaud, B., & & Rudd, J. M. (2017). *Marketing Strategy & Competitive Positioning*. Pearson Education Limited.
- Hunger, D. J. (2011). *Essentials of Strategic Management - 5th Edition*. Pearson Education Inc.
- Keller, K. &. (2012). *Manajemen Pemasaran - Edisi 12* . Jakarta : Erlangga.

- Mathis, R. L. (2008). *Human Resources Management - 12th Edition*. Thomson .
- McGee, J. & B. (2015). *Wiley Encyclopedia of Management : Strategic Management Volume 12*. John Wiley & Sons.
- Porter, M. (1994). *Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors*.
- Robinson, P. (2010). *Manajemen Strategi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Robinson, P. (2010). *Manajemen Strategi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Robinson, P. I. (2011). *Manajemen Strategi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiarto. (2017). *Metodelogi Penelitian Bisnis* . Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Wheelen, T. L. (2018). *Strategic Management and Business Policy : Globalization, Innovation and Sustainability - 15th Edition*. Pearson Education.
- Winardi, K. & (1997). *Manajemen Strategik* . Mandar Maju .

LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana strategi yang saat ini diterapkan oleh Boyle's Coffee Indonesia?
2. Apa yang membedakan Boyle's Coffee dengan kedai kopi lainnya?
3. Bagaimana kondisi persaingan yang dialami oleh Boyle's Coffee?
4. Bagaimana proses pengelolaan produksi yang dijalankan oleh Boyle's Coffee?
5. Bagaimana proses pengelolaan sumber daya manusia yang dilakukan oleh Boyle's Coffee?
6. Bagaimana pengelolaan pemasaran yang dijalankan oleh Boyle's Coffee?
7. Bagaimana proses pengelolaan keuangan / akuntansi yang dilakukan oleh Boyle's Coffee?
8. Bagaimana Boyle's Coffee melakukan R&D(Research&Development)pada produknya ?
9. Apa saja yang menjadi keunggulan dari Boyle's Coffee dibandingkan pesaingnya?
10. Apa saja yang menjadi kelemahan dari Boyle's Coffee dibandingkan dengan pesaingnya ?
11. Bagaimana akses terhadap jaringan distribusi yang dialami oleh Boyle's Coffee?

12. Apakah pemasok sangat mempengaruhi Boyle's Coffee?