

BAB 4

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Dalam bab sebelumnya peneliti telah memaparkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan berdasarkan dengan pertanyaan penelitian skripsi dengan menggunakan berbagai macam teori. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh beberapa kesimpulan yaitu :

1. Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Bang-Bang Kitchen and Soju Bar sangat merugikan bagi bisnis yang dijalankan karena penjualan kafe menurun yang tadinya mencapai hingga sekitar 500 Juta Rupiah pada tahun 2019 dan pada tahun 2020 menjadi 150 Juta Rupiah. Jam operasional yang menjadi jauh lebih singkat juga membuat omset harian yang didapatkan menurun. Kebiasaan baru yang diterapkan masyarakat menjadikan konsumen ragu untuk datang dan berkunjung ke kafe. Dengan adanya pandemi juga membuat banyak karyawan dan pengusaha yang berkurang hingga hilang pendapatan dan pekerjaannya. Hal ini sangat mempengaruhi Bang-Bang Kitchen and Soju Bar karena dapat menyebabkan penurunan konsumsi dan mengurangi penjualan kafe.

Semenjak pandemi terdapat peluang dan ancaman baru yaitu dengan bermitra bersama perusahaan ojek *online* membuat banyak pesanan yang dipesan konsumen melalui ojek *online* selama siang hari yang dapat mengurangi kerugian. Tetapi ada juga penjual-

penjual baru yang menjual minuman beralkohol melalui ojek *online* tersebut yang membuat konsumen memilih untuk menikmati di rumah.

Dalam rangka penyesuaian terhadap kondisi tersebut perlu dilakukan analisis terhadap posisi strategik Bang-Bang Kitchen and Soju Bar sekarang dan hasil analisis menunjukkan bahwa posisi strategik Bang-Bang Kitchen and Soju Bar berada dalam posisi rata-rata. Menurut skor EFE 2,46 yaitu dan IFE 2,86 menunjukkan bahwa posisi internalnya lebih kuat daripada eksternalnya, juga matriks IE menunjukkan bahwa mereka berada pada posisi kuadran V pada posisi rata-rata yang cocok dengan strategi menjaga dan mempertahankan. Hal ini menunjukkan bahwa posisi Bang-Bang Kitchen and Soju Bar dalam menghadapi Pandemi COVID-19 dapat bertahan dengan penerapan strategi-strategi yang tepat.

2. Banyak hal yang harus dilakukan dalam upaya menyesuaikan bisnis dengan krisis yang sedang terjadi. Mulai dari pembatasan kapasitas konsumen yang harus diturunkan sesuai dengan Peraturan Walikota yang berlaku. Dalam rangka mempertahankan dan menjaga kesinambungan usahanya maka Bang-Bang Kitchen and Soju Bar perlu melakukan :
 - a. Melakukan promosi mengenai *takeaway* melalui ojek *online*
 - b. Memiliki *database* mengenai konsumen yang sering datang

- c. Memperbaiki komunikasi antar CEO dan juga dengan karyawan
- d. Mengikuti program promo dengan mitra ojek *online*
- e. Membuat akun whatsapp khusus untuk komunikasi dengan konsumen
- f. Melakukan promosi mengenai *takeaway* minuman beralkohol
- g. Melakukan pemberitahuan mengenai peraturan terbaru dengan karyawan
- h. Merekrut karyawan ahli *marketing*

4.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh setelah melakukan penelitian pada Bang-Bang Kitchen and Soju Bar, penulis memberikan beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi kafe, yaitu :

1. Bang-Bang Kitchen and Soju Bar perlu mengevaluasi dan menganalisis lingkungan eksternal dan internal secara terus menerus agar kafe dapat mengetahui kekurangan, kelebihan, peluang dan ancaman di sekitar. Dilanjutkan dengan *follow up* terhadap evaluasi tersebut agar kafe dapat melakukan penyesuaian terhadap hasil evaluasi yang didapatkan. Dengan adanya evaluasi dan *follow up* secara terus menerus dapat membantu Bang-Bang Kitchen and Soju

Bar untuk menjaga kesinambungan usahanya dan bertahan dalam persaingan dan juga kondisi pandemi.

2. Dalam rangka melakukan strategi-strategi yang disebutkan sebelumnya Bang-Bang Kitchen and Soju Bar perlu melakukan penyaringan dan perekrutan yang memerlukan waktu khusus dalam pelaksanaannya agar perekrutan yang dilakukan dapat sesuai dengan hasil yang diharapkan dan mendapatkan orang yang cocok dalam pekerjaan yang perlu dilakukannya.

4.3 Implikasi

Berdasarkan hasil rekomendasi yang diusulkan oleh penulis untuk Bang-Bang Kitchen and Soju Bar, berikut adalah implikasi dari penelitian ini, yaitu :

1. Kafe perlu meluangkan waktu dan terus memperhatikan perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitar kafe agar mereka dapat melakukan evaluasi dan *follow up* dengan tepat sesuai dengan situasi yang sedang terjadi. Hal ini diperlukan agar Bang-Bang Kitchen and Soju Bar dapat terus menjaga dan mempertahankan kafe sesuai dengan yang dianjurkan pada hasil matriks IE. Dengan melakukan rekomendasi yang pertama kafe dapat mencapai kestabilan usaha agar kafe dapat terus bertahan hingga pandemi selesai. Selain itu kafe dapat meningkatkan kinerja kafe yang juga akan membantu kafe dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Evaluasi dan

follow up dapat dilakukan 1 tahun sekali agar kafe dapat melihat perubahan-perubahan lingkungan yang mempengaruhi kafe.

Kestabilan usaha dapat dilihat dari analisis-analisis yang sudah dilakukan oleh penulis seperti *Porter's Five Forces*, PEST, dan SWOT. Sedangkan pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan analisis rasio keuangan agar kinerja dapat dinilai, mengetahui langkah yang harus dilakukan perusahaan, dan menjadi dasar proyeksi masa depan. Oleh karena itu beberapa divisi perlu adanya tambahan *job desc* seperti *office, marketing, owner*, dan supervisor untuk melakukan penilaian dan evaluasi kafe.

2. Dengan perekrutan dan pelatihan salah satu karyawan untuk fokus dalam bidang pemasaran perusahaan dapat meningkatkan kinerja pemasarannya agar konsumen lebih tertarik untuk mengunjungi Bang-Bang Kitchen and Soju Bar dan dapat memperkuat posisinya dalam persaingan usaha dan juga menurunkan daya tawar pembeli. Juga kafe akan meningkatkan *brand image, brand recognition*, dan loyalitas konsumen.

Perekrutan dan pelatihan perlu diadakan dengan *intense* agar tidak menghabiskan waktu yang banyak dan agar karyawan menjadi fokus dalam mempelajari teknik pemasaran. Juga perlu adanya tambahan divisi *marketing* agar karyawan dapat fokus pada tugasnya. Pelatihan dapat dilakukan oleh salah seorang kapten yang mengerti mengenai pemasaran karena bila terdapat banyak orang yang

melatih akan membuat bingung karyawan yang bertugas. Juga perlu diadakan evaluasi kinerjanya tersebut dengan menentukan KPI (*Key Succes Factor*) untuk mengukur kinerja karyawan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni , Rina. (2020). *Aduh, 60% Perusahaan Bangkrut Gegara Covid-19*. Diakses pada 2021, dari Okezone. <https://economy.okezone.com/read/2020/12/10/455/2324978/aduh-60-perusahaan-bangkrut-gegara-covid-19>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta
- BPS, K. B. (2018). *Peluang Bisnis di Bandung Tahun 2018, Penginapan dan Kuliner*. Diakses pada 2021, from Tumoutou News: <https://tumoutounews.com/2018/05/01/peluang-bisnis-di-bandung-tahun-2018-penginapan-dan-kuliner/>
- BPS. (2021). *Ekonomi Indonesia 2020 Turun Sebesar 2,07 Persen*. Diakses pada 2021. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>
- Chakrabakti. (2015). *Irganizational Adaptation in An Economic Shock : The Role of Growth Reconfiguration*. Strategic management journal, vol. 36.
- Data, Industri. (2021). *Tren Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2010-2020*. Diakses pada 2021. <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- David, F. R. & David, F. R. (2015). *Strategic Management : Concepts and Cases*, Ed. 15th, Pearson Education, Inc, New Jersey

Facebook. (27 Agustus 2018). *BangBang Bar Bandung*. Diakses pada 2021.

<https://www.facebook.com/pages/category/Pub/BangBang-Bar-Bandung-1732711800175200/>

Fairbanks, S. & Buchko, A. (2018). *What Is Strategy?*. Performance-Based Strategy. Emerald Publishing Limited, pp. 5-14.

<https://doi.org/10.1108/978-1-78743-795-120181001>

Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*.

Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta

Instagram. (n.d). *Bang Bang Kitchen & Soju Bar*. Diakses pada 2021.

https://www.instagram.com/bangbang_bar/?utm_medium=copy_link

Khalifa, A. S. (2019). *Strategy : Restoring the Lost Meaning*. Journal of Strategy and Management, Vol. 13 Ni. 1, [https://doi.org/10.1108/JSMA-09-2019-](https://doi.org/10.1108/JSMA-09-2019-0158)

[0158](https://doi.org/10.1108/JSMA-09-2019-0158)

Kotler, P. & Armstrong, G. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran, Principles of Marketing 7e*. (Edisi Bahasa Indonesia, Vol. 1). Jakarta, Indonesia :

Prenhallindo

Maps123. (n.d). Diakses pada 2021. [https://maps123.net/en/ID/bang-bang-kitchen-](https://maps123.net/en/ID/bang-bang-kitchen-amp-soju-bar-p417702)

[amp-soju-bar-p417702](https://maps123.net/en/ID/bang-bang-kitchen-amp-soju-bar-p417702)

Pearce II, J. A. & Robinson, R. B. (2008). *Manajemen strategis Ed. 10*. Salemba

Empat, Jakarta

Pergikuliner. (n.d). *Bang Bang Bar*. Diakses pada 2021.

<https://pergikuliner.com/restaurants/bang-bang-bar-pasir-kaliki/gallery>

Silalahi, D. U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung : PT. Refka Aditama.

Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. A Division of Guilford Publications, Inc, New York

Nadhira, G. S. (2019). *Analisis Strategi Diferensiasi Berdasarkan Value Chain Pada Brother Jonn And Sons Di Bandung*. Diakses dari <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/10600>

Valentrisa, E. D. (2019). *Strategi Inovasi Aruna Dine And Coffee Berdasarkan Analisis SWOT Dan Analisis Five Forces*. Diakses dari <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/9768>

Husodo, N. R. C. (2019). *Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis CV. Asia Trip Indonesia*. Diakses dari <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/9707>