

## **BAB 4**

### **KESIMPULAN AKHIR**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang berhasil dikumpulkan oleh penulis terhadap apa yang sudah diteliti berdasarkan kajian data dan informasi yang dilihat dari kerangka perspektif dan teori. Berdasarkan kajian tentang permasalahan yang ada, kajian ini dilandasi dengan pandangan konsep dan teori terkait seberapa ketat persaingan *coffee shop* dan diferensiasi yang diciptakan dan dikembangkan oleh Kamar Tujuh Koffie. Maka, dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

#### **4.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian dan analisis yang dilakukan penulis terhadap Kamar Tujuh Koffie, penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Kamar Tujuh Koffie berada di industri yang persaingannya cukup ketat, karena dari segi harga, kualitas dan konsep konsumen dapat memilih mana *coffee shop* yang akan mereka kunjungi, setiap *coffee shop* memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Tidak dapat dijelaskan secara spesifik apa yang membuat konsumen menyukai *coffee shop* karena rasa dan kualitas dari setiap *coffee shop* itu berbeda-beda. Walau di sekitar Jalan Cilamaya terdapat banyak *coffee shop*, namun tidak mengurangi konsumen yang tetap

memilih Kamar Tujuh Koffie sebagai pilihannya untuk ngopi dan bersantai. Jenis kopi yang disajikan dari Kamar Tujuh Koffie mengambil dari *wheels coffee roastery* dan dapat diterima oleh setiap konsumen yang datang. Cara melayani setiap konsumen yang datang pun dilayani dengan baik, sehingga konsumen akan tetap merasa nyaman untuk datang kembali. Oleh karena itu, Kamar Tujuh Koffie harus mempertahankan kelebihan yang sudah dimilikinya seperti kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau oleh kalangan anak muda dan harus memperbaiki kekurangan dari segi konsep, seperti menambahkan colokan listrik di setiap meja supaya konsumen lebih nyaman, dan suasana di Kamar tujuh Koffie. Selain itu, yang menyebabkan adanya persaingan di industri adalah daya tawar pembeli dan pemasok serta produk pengganti.

Karena pada saat ini kondisi dari industri memiliki persaingan yang sangat ketat dan banyak pula kompetitor yang menjalankan strategi tersebut untuk mempertahankan usahanya. Apalagi ditambah dengan adanya kasus COVID-19 yang membuat perusahaan harus memikirkan strategi untuk bertahan dan memikirkan jangka panjang. Meningkatkan kualitas dari bisnisnya sehingga dapat mencapai posisi teratas dalam industri kuliner di Kota Bandung.

## 2. Diferensiasi Kamar Tujuh Koffie

Saat ini Kamar Tujuh Koffie masih menggunakan dan mengembangkan diferensiasi produk dan diferensiasi citra untuk menciptakan keunggulan kompetitifnya dalam tujuan menaikkan *market share* nya dalam persaingan kedai kopi di Kota Bandung.

Diferensiasi produk diterapkan dalam variasi menu minuman dan makanan. Diferensiasi citra dilakukan untuk menciptakan prospek merek yang baik dengan membentuk citra kedai kopi lokal yang santai dan membuat konsumen merasa seperti berada di rumah sendiri dengan menerapkan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Walaupun pemilihan tempat yang tidak terlalu luas diharapkan dapat mendorong terciptanya keakraban dengan satu dengan yang lainnya. Citra Kamar Tujuh Koffie terbentuk menjadi *co-working space* karena dengan desain tempat, tata cahaya atmosfer dan kesatuan konsep yang dibentuk Kamar Tujuh Koffie menjadi kedai kopi yang cocok untuk bekerja atau bersantai. Kamar tujuh sendiri juga mencoba menciptakan citra sebagai kedai kopi yang mengunggulkan kelokalan dalam beberapa sajian minuman dan makanannya. Oleh karena itu, pada pembahasan selanjutnya penulis akan memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan dalam memaksimalkan diferensiasinya.

## 4.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis pada Kamar Tujuh Koffie, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Kamar Tujuh Koffie:

1. Kamar Tujuh Koffie perlu mengembangkan kualitas pelayanannya untuk konsumen, supaya konsumen dapat minum kopi dan menikmati suasana dan citra rasa yang disajikan oleh Kamar Tujuh Koffie. Selain itu, dapat menjalin relasi yang baik terhadap pesaing yang sama berada pada industri dengan bekerja sama dalam hal pemasok bahan baku. Mempertahankan tempat dari Kamar Tujuh Koffie yang bersebelahan dengan Hotel Bumi Asih yang bisa juga menarik konsumen dari tamu yang sedang bermalam di Hotel Bumi Asih dengan harapan konsumen tidak perlu jauh-jauh mencari tempat untuk ngopi dan hubungan baik antar atasan dengan bawahannya sehingga meningkatkan produktivitas dan loyalitas kerja.
2. Diferensiasi produk dan citra yang dikembangkan oleh perusahaan sudah cukup menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Namun, tetap saja perlu dilakukan kontrol dan inovasi yang dapat menekan biaya produksi. Meningkatkan keaktifan media sosial untuk mempromosikan diferensiasi yang dilakukan supaya tingkat kunjungan pelanggan naik. Melakukan kegiatan promosi lebih banyak tidak hanya melalui media

sosial, tetapi memanfaatkan *event* supaya lebih dikenal oleh konsumen yang lain.

### 4.3 Implikasi

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu, maka hasil penelitian ini memberikan kontribusi implikasi sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dijalankan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang sudah diterapkan oleh Kamar Tujuh Koffie harus tepat supaya Kamar tujuh Koffie dapat terus berkembang dan mempertahankan industrinya di dunia *coffee shop* yang persaingannya cukup ketat, baik menjaga melalui fasilitas dan pelayanannya kepada konsumen atau menjaga citra rasa yang sudah tercipta oleh Kamar Tujuh Koffie. Dengan menjaga citra rasa yang sudah ada maka konsumen akan mempercayai Kamar Tujuh Koffie sebagai tempat untuk ngopi dan bersantai di Kota Bandung. Hal ini diperlukan supaya Kamar Tujuh Koffie dapat terus menjaga dan mempertahankan kedai kopinya sesuai dengan yang dianjurkan pada hasil matriks IE. Kestabilan usaha dapat dilihat dari hasil analisis-analisis yang sudah dilakukan penulis seperti Lima Kekuatan Porter, Analisis Pestel dan Matriks EFE – IFE.
2. Hasil penelitian berdasarkan diferensiasinya disimpulkan bahwa perusahaan harus menggunakan diferensiasi ini, yaitu diferensiasi citra dan diferensiasi produk sebagai tolak ukur bersaing. Oleh karena itu,

diferensiasi produk dan diferensiasi citra harus benar-benar dipublikasikan supaya eksistensinya meningkat dan dikenal lebih oleh banyak konsumennya.

## DAFTAR PUSTAKA

- 18 Coffee Shop Baru di Bandung 2020*. (2020, April 22). PergiDulu. Retrieved Maret 16, 2021, from <https://www.pergidulu.com/coffee-shop-baru-bandung-2020/>
- Administrator. (2016, September 18). *Scanning the Environment : PESTEL Analysis*. Business to you. Retrieved Maret 25, 2021, from <https://www.business-to-you.com/scanning-the-environment-pestel-analysis/>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1st ed.). CV Jejak.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=59V8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+penelitian+kualitatif+adalah&ots=5HazvwbvIn&sig=xc2l4i7QYxbmo1PeuhddKN-HLds&redir\\_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kualitatif%20adalah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=59V8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+penelitian+kualitatif+adalah&ots=5HazvwbvIn&sig=xc2l4i7QYxbmo1PeuhddKN-HLds&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kualitatif%20adalah&f=false)
- David, F. R. (2017). *Strategic Management : Concept and Cases* (Sixteenth ed.). Pearson Education.
- Freddy, R. (2000). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis : Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. PT Gramedia Pustaka Utama. [https://www.researchgate.net/profile/Adil-Fadillah/publication/327882352\\_ANALISIS\\_STRATEGI\\_USAHA\\_RITEL\\_UKM\\_DALAM\\_MENINGKATKAN\\_KEUNGGULAN\\_BERSAING\\_](https://www.researchgate.net/profile/Adil-Fadillah/publication/327882352_ANALISIS_STRATEGI_USAHA_RITEL_UKM_DALAM_MENINGKATKAN_KEUNGGULAN_BERSAING_)

STUDI\_KASUS\_PADA\_UKM\_TOKO\_MOJANG\_FASHION/links/5bab  
09d4299bf13e604c9bf6/ANALISIS-STRATEGI-USAHA-RITEL-UKM-  
DALA

Hastuti, R. K. (2021, January 21). *PSBB Ketat di Jakarta Belum Berhasil Turunkan Kasus Covid-19*. cncindonesia. Retrieved Maret 15, 2021, from <https://www.cncindonesia.com/news/20210121184043-4-217879/psbb-ketat-di-jakarta-belum-berhasil-turunkan-kasus-covid-19>

Julita S, L. (2020, September 11). *Sri Mulyani Bicara Dampak PSBB: Luar Biasa Serius!* cncindonesia. Retrieved Maret 15, 2021, from <https://www.cncindonesia.com/news/20200911180024-4-186241/sri-mulyani-bicara-dampak-psbb-luar-biasa-serius>

Juniman, P. T. (2017, Januari 18). *Gaya Hidup Masyarakat Menjadikan Bisnis Kuliner Menjanjikan*. cnnindonesia.com. Retrieved Maret 16, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170118121405-262-187137/gaya-hidup-masyarakat-menjadikan-bisnis-kuliner-menjanjikan>

Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). Gramedia.

Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J.F.A., & Rogi, M. H. (2021, April). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN PODOMORO POIGAR DI ERA NORMAL BARU. *JURNAL EMBA: JURNAL RISET EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, Vol 9, No 2 (2021)(Bauran 4P), 110-121. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33281/31477>

- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Deepublish.  
<https://books.google.co.id/books?id=SdLGDwAAQBAJ&lpg=PA12&hl=id&pg=PA13#v=onepage&q&f=false>
- Nurwigati Sumartiningtyas, H. K. (2021, Februari 11). *4 Skenario Asal Mula Virus Corona di Wuhan Menurut WHO*. kompas. Retrieved Maret 15, 2021, from <https://www.kompas.com/sains/read/2021/02/11/070300223/4-skenario-asal-mula-virus-corona-di-wuhan-menurut-who?page=all>
- Pamungkas, D. P. (2016, Mei). Analisis Competitive force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina.id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO), Volume 1, Nomor 2, Mei 2016, Volume 1, Nomor 2*((Studi Kasus: Kulina.id)), 118-127. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
- Pendidikan 2, D. (2021, Maret 4). *Industri*. Industri adalah. Retrieved April 1, 2021, from <https://www.dosenpendidikan.co.id/industri-adalah/#:~:text=Menurut%20Hasibuan,yang%20saling%20mengganti%20sangat%20erat.>
- Porter, M. (2017). *Strategic Management : A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (Sixteenth Edition ed.). 2017.
- Rizal, J. G. (2020, Agustus 11). *Pandemi Covid-19, Apa Saja Dampak pada Sektor Ketenagakerjaan Indonesia ?* kompas.com. Retrieved Maret 16, 2021, from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/11/102500165/pandemi-covid-19-apa-saja-dampak-pada-sektor-ketenagakerjaan-indonesia?page=all>

- Santia, T. (2020, September 25). *Meski Ekonomi RI Minus, Industri Makanan Minuman Masih Tumbuh 0,22 Persen*. Liputan 6. Retrieved Maret 16, 2021, from [https://www.liputan6.com/bisnis/read/4366135/meski-ekonomi-ri-minus-industri-makanan-minuman-masih-tumbuh-022-persen#:~:text=Industri%20Makanan%20dan%20Minuman%20Diprediksi%20Tumbuh%207%20Persen%20pada%202021&text=Xinhua%20FYao%20Jianfeng\)-,Ketua%20Umum%20A](https://www.liputan6.com/bisnis/read/4366135/meski-ekonomi-ri-minus-industri-makanan-minuman-masih-tumbuh-022-persen#:~:text=Industri%20Makanan%20dan%20Minuman%20Diprediksi%20Tumbuh%207%20Persen%20pada%202021&text=Xinhua%20FYao%20Jianfeng)-,Ketua%20Umum%20A)
- Sutrisna, T. (2020, April 9). *Berlaku 14 Hari, Penerapan PSBB di Jakarta Sampai 23 April 2020*. megapolitan.kompas. Retrieved Maret 15, 2021, from <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/04/09/23332221/berlaku-14-hari-penerapan-psbb-di-jakarta-sampai-23-april-2020>
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action* : (1st ed.). PT Gramedia Pusaka Utama.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=i1jGIZWnAgwC&oi=fnd&pg=PA3&dq=strategic+management+in+action&ots=4yTb96dNq2&sig=vPxMIu87cM2A1oCoPS\\_Yh2F\\_sPo&redir\\_esc=y#v=onepage&q=strategic%20management%20in%20action&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=i1jGIZWnAgwC&oi=fnd&pg=PA3&dq=strategic+management+in+action&ots=4yTb96dNq2&sig=vPxMIu87cM2A1oCoPS_Yh2F_sPo&redir_esc=y#v=onepage&q=strategic%20management%20in%20action&f=false)
- Yudatama, S. (2019, Oktober 25). *Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Kota Bandung Bisa Rontok*. pikiran rakyat. Retrieved Maret 16, 2021, from <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01321885/jumlah-wisatawan-mancanegara-ke-kota-bandung-bisa-rontok>

