

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **4.1 Kesimpulan**

##### **4.1.1 *Five Forces***

Lima kekuatan dalam industri kedai kopi *grab and go* ini cukup kuat dalam mempengaruhi kedai kopi di penelitian ini. Karena semua unsur tersebut sangat penting demi kelanjutan bisnis mereka. Untuk unsur pemasok, masih kurang memberikan pengaruh yang kuat bagi kedai kopi, namun untuk pendatang baru, barang substitusi, kekuatan pembeli serta persaingan antar kompetitor harus lebih diperhatikan lagi oleh kedai kopi karena 4 unsur ini memberikan pengaruh yang cukup kuat bagi kedai kopi.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa 4 dari 5 unsur di *five forces* memberikan pengaruh yang cukup besar dan kuat di dinamika persaingan kedai kopi *grab and go* di Surabaya.

##### **4.1.2 PESTEL**

Dari berbagai unsur dalam PESTEL, tidak semua memberikan pengaruh yang signifikan pada berjalannya kedai kopi. Misal untuk unsur politik, dan ekonomi yang tidak memberikan pengaruh signifikan dalam berjalannya bisnis. Namun untuk unsur lainnya, cukup memberikan pengaruh, seperti sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum.

Dari 6 unsur PESTEL, dapat dilihat bahwa 4 unsurnya memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam kinerja dari perusahaan. Dalam arti bahwa unsur-unsur tersebut dapat mengganggu kinerja baik pekerjaan karyawan cabang kedai maupun karyawan kantor, namun unsur-unsur tersebut juga bisa memberikan hal yang positif. Misal, saat cuaca hujan, maka akan merugikan baik kedai kopi dan juga kurir pengantar makanan, namun jika cuaca sedang cerah, penjualan akan meningkat dan konsumen akan lebih mudah dalam membeli produk minuman tersebut.

#### **4.1.3 Strategi yang digunakan**

Dari 4 kedai kopi yang sedang diteliti, semua menggunakan *best cost strategy*. Implementasi dari strategi ini sesuai dengan yang diberikan oleh pusat, yaitu memberikan produk terbaik dengan harga yang terjangkau. Hal ini dikarenakan harga yang diberikan dari kedai-kedai kopi ini tidaklah murah, namun kualitas yang diberikan juga sesuai dengan harga yang ada.

#### **4.2 Rekomendasi**

- Melakukan evaluasi terhadap strategi yang akan digunakan di masing-masing cabang agar tiap cabang di berbagai kota tidak memiliki kesenjangan promo atau diskon yang terlalu berbeda
- Memberikan layanan dan servis yang sama di setiap cabang kedai kopi

- Khusus untuk kedai kopi Y, diharapkan distribusi bahan dilakukan oleh pihak pusat dan tidak memberikan kebebasan bagi karyawan cabang untuk membeli bahannya sendiri.

### **4.3 Implikasi**

Jika rekomendasi diatas diterapkan oleh kedai kopi maka:

1. Rasa minuman yang dihasilkan di tiap cabang memiliki rasa yang sama karena bahan yang dipakai mereknya sama
2. Hal mendasar seperti penggunaan bahan dengan merek yang sama akan memberikan efek konsistensi baik dalam pekerjaan dan kegiatan sehari-hari dari karyawannya dan hasil minuman
3. Konsumen dapat merasakan rasa minuman yang sama di setiap cabang
4. Konsumen tidak akan merasa dirugikan akan adanya promo yang terlalu berbeda antar cabang, terutama apabila konsumen tersebut merupakan konsumen loyal merek tersebut

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, L. M. (2021, March 28). *Inilah 6 Merek Kopi dengan Gerai Terbanyak di Indonesia*. Retrieved September 30, 2021, from Good News From Indonesia: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/03/28/inilah-6-merek-kopi-dengan-gerai-terbanyak-di-indonesia>
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Barista Story. (2020, Desember 27). *Persaingan Bisnis Kafe di Indonesia Memanas*. Retrieved November 5, 2021, from Skoppi: <https://skoppi.id/read/2020/12/27/370/persaingan-bisnis-kafe-di-indonesia-memas>
- Basri, H. (2014, October). Using Qualitative Research in Accounting and Management Studies, not a new agenda. *US-China Public Administration*, 11(10), 831-838. Retrieved December 21, 2021
- Bruin, L. d. (2016, September 18). *Scanning the Environment: PESTEL Analysis*. Retrieved November 10, 2021, from Business to You: <https://www.business-to-you.com/scanning-the-environment-pestel-analysis/>
- BPKPD Surabaya. (n.d.). *Perda No.4 Tahun 2011*. Retrieved December 23, 2021, from BPKBD Surabaya: <https://bpkpd.surabaya.go.id/Content/TemplateFile/PERDA%20NO.4%20TAHUN%202011.pdf>
- BPS Kota Surabaya. (2020, May 29). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved December 23, 2021, from Badan Pusat Statistik: <https://surabayakota.bps.go.id/statictable/2020/05/29/702/jumlah-perusahaan-industri-besar-dan-sedang-kelompok-industri-makanan-dan-minuman-yang-aktif-menurut-kecamatan-tahun-2019.html>
- BPS. (2021, December 1). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved December 23, 2021, from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/12/01/1770/inflasi-terjadi-pada-november-2021-sebesar-0-37-persen--inflasi-tertinggi-terjadi-di-sintang-sebesar-2-01-persen-.html>
- CEIC Data. (n.d.). *Indonesia | Tabungan Bruto | 2010 – 2021 | Indikator Ekonomi*. Retrieved December 23, 2021, from CEIC: <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/gross-savings-rate>
- Damasha, K. (2020, December 18). *8 Es Kopi Susu Lokal Terbaik untuk Peneman Berbagai Aktivitas Kamu*. Retrieved December 29, 2021, from CekAja.com: <https://www.cekaja.com/info/8-es-kopi-susu-lokal-terbaik>
- Databoks Katadata. (n.d.). *Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 ribu ton*. Retrieved September 29, 2021, from

- [https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed\\_en/111046/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton](https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed_en/111046/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton)
- Gojek. (n.d.). *Products*. Retrieved 11 11, 2021, from Gojek: <https://www.gojek.com/en-id/products/>
- husinmhcoffee. (2020, November 19). *Pengertian Cafe (Kafe) dan Coffee Shop (Kedai Kopi) Menurut Para Ahli*. Retrieved November 23, 2021, from mhcoffee: <https://mhcoffee.co.id/pengertian-cafe-kafe-dan-coffee-shop-kedai-kopi-menurut-para-ahli/>
- Ilmi, A. (2019, October 5). *Pola Hidup Masyarakat Surabaya: Sosial, Pendidikan, dan Budaya*. Retrieved December 23, 2021, from Banawa Sekar Academia: <https://banawasekaracademia.home.blog/2019/10/05/pola-hidup-masyarakat-surabaya-sosial-pendidikan-dan-budaya/>
- Jiwa Group. (n.d.). *Brand Janji Jiwa*. Retrieved November 24, 2021, from Jiwa Group: <https://jiwagroup.com/id/brand/detail/1/JanjiJiwa>
- Kementrian Pertanian. (2018, Juni 31). *2021, Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*. Retrieved November 18, 2021, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Kim S, C., & Quinn, R. E. (1999). *Diagnosing Changing Organizational Culture, Based on the Competing Values Framework*. Massachusetts: Addison Wesley.
- Klikpajak. (2021, November 4). *Pajak Restoran: Pengertian, Tarif, Hitung, Bayar dan Laporan PBI*. Retrieved December 23, 2021, from Klikpajak: <https://klikpajak.id/blog/pajak-restoran-pengertian-tarif-hitung-bayar-dan-laporan-pbi/>
- Kopi Kenangan. (n.d.). *About Kopi Kenangan*. Retrieved November 24, 2021, from Kopi Kenangan: <https://kopikenangan.com/about>
- Kopi Titik Koma. (n.d.). *Tentang Kami*. Retrieved November 23, 2021, from Kopi Titik Koma: <https://kopititikoma.com/tentang-kami/>
- Kurniawan, D. (2019, September 11). *6 Terobosan Surabaya Realisasikan Kota Nyaman dan Kaya Teknologi*. Retrieved December 23, 2021, from Surabaya: <https://surabaya.liputan6.com/read/4058931/6-terobosan-surabaya-realisasikan-kota-nyaman-dan-kaya-teknologi>
- Maljuf, N. S., & Hax, A. C. (1984). *Strategic Management: An Integrative Perspective*. Prentice Hall College Div.
- Marrus, S. K. (2002). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Mutiah, D. (2019, November 19). *Kopi Soe, Bisnis Sampingan yang Berkembang Jadi 150 Kedai di Indonesia*. Retrieved November 24, 2021, from liputan6:

- <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4108845/kopi-soe-bisnis-sampangan-yang-berkembang-jadi-150-kedai-di-indonesia>
- Nguyen, T. V., Nguyen, N. C., & Bosch, O. J. (2017, January 13). Identifying key Success Factors in Supply Chain Management for Increasing the Competitive Advantages of Vietnamese Coffee. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 27(5), 438-461. Retrieved December 25, 2021
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.
- Putera, A. D. (2015, Desember 18). *Plus Minus Keberadaan Ojek Online*. Retrieved 11 11, 2021, from Megapolitan Kompas: <https://megapolitan.kompas.com/read/2015/12/18/06400081/Plus.Minus.Keberadaan.Ojek.Online?page=all>
- Rahma, A. (2021, December 11). *Industri Berkonsep Grab and Go Lebih Cepat Pulih dari Dampak Pandemi Covid-19, Ini Alasannya*. Retrieved September 29, 2021, from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4430996/industri-berkonsep-grab-and-go-lebih-cepat-pulih-dari-dampak-pandemi-covid-19-ini-alasannya>
- Ramadhian, N. (2020, January 24). *Alasan Konsep Kedai Kopi Grab and Go Kian Diminati*. Retrieved September 29, 2021, from Travel Kompas: <https://travel.kompas.com/read/2020/01/24/194600127/alasan-konsep-kedai-kopi-grab-and-go-kian-diminati>
- Silalahi, G. A. (2003). *Metode Penelitian dan Studi Kasus*. CV. Citra Media.
- Sugianto, G., & Mustamu, R. H. (n.d.). Strategi Bersaing Pada Perusahaan Kopi. *AGORA*, 1(3). Retrieved December 24, 2021, from <https://media.neliti.com/media/publications/35958-ID-strategi-bersaing-pada-perusahaan-kopi.pdf>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- S, J. F. (2020). *KOPI INDONESIA: DARI BUDAYA 'NGOPI' MENJADI BISNIS GO-INTERNATIONAL*. Retrieved Desember 2, 2021, from BEM FEB UGM: <https://bem.feb.ugm.ac.id/kopi-indonesia-dari-budaya-ngopi-menjadi-bisnis-go-international/>
- Studilmu Editor. (n.d.). *8 Perbedaan Antara Generasi Milenial dan Generasi Z*. Retrieved from studilmu: <https://www.studilmu.com/blogs/details/8-perbedaan-antara-generasi-milenial-dan-generasi-z>
- Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Teras.
- Thompson, A. A., Gamble, J. E., Peteraf, M. A., & Strickland III, A. J. (2016). *Crafting & Executing Strategy, The Quest For Competitive Advantage* (20 ed.). McGraw-Hill Education.

Wikipedia. (2021, November 7). *Warung Kopi*. Retrieved November 18, 2021, from Wikipedia: [https://id.wikipedia.org/wiki/Warung\\_kopi](https://id.wikipedia.org/wiki/Warung_kopi)

Yunianto, T. K. (2020, April 27). *Industri Makanan & Minuman Keluhkan Kebijakan Pemerintah Tidak Sinkron*. Retrieved Desember 14, 2021, from Katadata: <https://katadata.co.id/agungjatmiko/berita/5ea6b9ca15ad4/industri-makanan-minuman-keluhkan-kebijakan-pemerintah-tidak-sinkron>

