

BAB IV

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

Berdasarkan dengan penelitian yang telah dilakukan terhadap Candu Coffee Bar, pada bab ini akan dijabarkan terkait dengan kesimpulan, rekomendasi, dan implikasi yang didapatkan melalui penelitian terhadap evaluasi strategi bersaing yang digunakan Candu Coffee Bar.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap Candu Coffee Bar, berikut merupakan beberapa kesimpulan yang dapat ditarik untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah:

1. Berdasarkan dengan analisis lingkungan eksternal dan internal dan dievaluasi menggunakan IFE dan EFE *Matriks*, dapat ditarik kesimpulan bahwa dampak dari lingkungan internal dan eksternal Candu Coffee Bar tentu saja sangat berpengaruh untuk bisnisnya. Setelah melakukan analisis *Five Forces Porter's* untuk analisis lingkungan eksternal Candu Coffee Bar, dapat terlihat bahwa tingkat ancaman sedang ditemukan di ancaman pendatang baru, persaingan diantara perusahaan yang sudah ada, dan kekuatan tawar menawar pemasok. Lalu untuk kekuatan tawar menawar dengan pembeli dan produk atau jasa substitusi bisa dikatakan merupakan ancaman rendah karena beberapa faktor seperti: Candu Coffee Bar sudah memiliki pelanggan tetap yang akan datang meskipun tanpa adanya promosi dan produk atau jasa substitusi bagi Candu merupakan hal yang lumrah terjadi dan bisa diantisipasi dengan menambahkan varian menu serta memperbaiki kualitas pelayanan mereka. Sedangkan berdasarkan hasil analisis

internal Candu Coffee Bar tidak ditemukan fungsi yang terbengkalai dan semua fungsi dapat dijalankan dengan baik. Berdasarkan dari hasil IFE *Matriks*, variasi menu merupakan keunggulan terbesar bagi Candu Coffee Bar karena bisa menarik semua pasar baik pecinta kopi maupun non-kopi. Sedangkan untuk kelemahan dari segi internalnya adalah Candu Coffee Bar belum mampu untuk memaksimalkan potensi lahan yang ada untuk dijadikan tempat parkir. Candu Coffee Bar seharusnya bisa memberikan batasan parkir yang jelas agar kendaraan yang akan keluar tidak mengganggu pengunjung maupun kendaraan yang berlalu lalang di jalanan yang ada di depan Candu Coffee Bar. Berdasarkan dari hasil EFE *Matriks*, lokasi yang strategis menjadi faktor paling berpengaruh karena dengan berada pada lokasi wisata maka juga akan membantu Candu Coffee Bar mendapatkan pelanggan. Sedangkan untuk ancaman terbesarnya adalah adanya stigma negatif di tengah masyarakat tentang kopi *arabica single origin* yang kurang memberikan variasi rasa pada produk konsumsinya.

2. Evaluasi strategi bersaing yang dapat dilakukan oleh Candu Coffee Bar untuk menunjang strategi yang sudah dilakukan saat ini ada 3 (didapatkan dari hasil analisis SWOT), yaitu:
 - a. Melakukan kolaborasi dengan kedai kopi lain, dengan melakukan kolaborasi dengan kedai lain maka akan menaikkan nama dari kedua belah pihak. Kolaborasi yang dilakukan bisa dengan cara mengikuti suatu event secara bersama dan menjual produk secara bersamaan. Dengan mengadakan kolaborasi juga akan menaikkan *exposure* dari kedua belah pihak karena dari masing-masing pelanggan kedua kedai akan mengetahui partner kolaborasi dari kedua kedai kopi tersebut. Secara tidak langsung juga akan menumbuhkan

pikiran bahwa kedai kopi yang berkolaborasi bersama memiliki cita rasa dan *service* yang setara dengan kedai kesukaan mereka.

- b. Menjual es kopi literan, Candu Coffee Bar bisa menjual es kopi susu yang mereka jual sekarang dalam kemasan besar / 1 Liter. Hal tersebut bisa membantu Candu Coffee Bar untuk menaikkan penjualan untuk penjualan es kopi susu mereka selain penjualan dari kedai mereka (offline) dan penjualan online. Es kopi susu yang mereka jual juga menggunakan *espresso single origin* sehingga menghasilkan rasa yang unik untuk produk mereka. Menambah atau mengganti mesin *espresso*.
- c. Dengan mulai meningkatnya penjualan Candu Coffee Bar seiring berjalannya kedai kopinya, maka pelanggan yang datang juga akan meningkat perlahan demi perlahan. Hal ini juga pasti akan mempengaruhi dari *servicing time* yang mereka berikan kepada pelanggan mereka. Salah satu caranya untuk menghadapi antusiasme pelanggan yang gemar terhadap produk yang disajikan oleh Candu Coffee Bar adalah dengan menambah kapasitas mesin *espresso* mereka. Apabila mereka menambah kapasitas mesin mereka, maka akan menghemat *servicing time* kepada para pelanggan yang datang.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Candu Coffee Bar, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan terkait kesimpulan yang telah didapatkan diatas dan diharapkan dapat diterapkan oleh Candu Coffee Bar:

1. Jika mengadakannya kerja sama atau sebuah kolaborasi dengan kedai kopi lain maka harus memiliki visi dan misi yang kurang lebih sama dari kolaborasi tersebut sebelum kerja sama dimulai. Oleh karena itu sebelum memutuskan untuk melakukan kolaborasi, maka dari salah satu pihak harus menjelaskan

maksud dan tujuan untuk melakukan kolaborasi tersebut. Setelah memahami dan mengerti tentang visi dan misi mengadakan kolaborasi dengan kedai kopi lain, maka Candu Coffee Bar berhak untuk memutuskan apakah akan dijalankan atau tidak, tergantung seberapa besar manfaat yang akan diterima. Candu Coffee Bar sebaiknya memanfaatkan kedai kopi lain yang setingkat dengannya untuk digandeng bersama dan menaikan pendapatan secara bersama-sama.

2. Menjual produk es kopi susu buatan mereka secara masal juga akan sangat membantu menaikan pendapatan mereka. Hal tersebut akan sangat mendorong pemasukan mereka karena es kopi susu memiliki HPP yang tergolong rendah. Tidak menutup kemungkinan untuk menjual es kopi susu dalam bentuk literan maupun galon untuk acara-acara besar. Hal tersebut bisa dibantu juga dengan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan pemasaran, dan penjualan produk yang sekarang hanya mereka lakukan pada Instagram, TikTok, dan Facebook juga sebaiknya diperluas. Candu Coffee Bar juga bisa menggunakan YouTube sebagai bagian dari kegiatan promosi mereka dan melalui iklan di Instagram, Facebook, Google, ataupun melakukan *endorsement* untuk *influencer* dalam jenis usaha yang sama.
3. Candu Coffee Bar juga dapat memanfaatkan peningkatan pelayanan untuk menunjang optimalisasi evaluasi strategi bersaing yang dijalankan. Salah satu caranya adalah dengan menambah mesin *espresso* yang mereka miliki saat ini karena hanya memiliki 1 *Grouphead* untuk mengekstraksi kopi yang akan mereka sajikan. Apa bila memiliki 2 atau lebih *Grouphead* maka akan mempersingkat waktu penyajian kepada pelanggan mereka. Penambahan mesin tersebut dapat meningkatkan pelayanan dari segi efisiensi waktu

pelayanan dan penyajian produk dengan tidak terlepas pada keramahan dalam pelayanan, serta tingkat kebersihan yang selalu dijaga sehingga semakin memperkuat keunggulan yang dimiliki oleh Candu Coffee Bar dibandingkan dengan para pesaingnya.

4.3 Implikasi

Berdasarkan dengan rekomendasi yang telah dijabarkan pada poin-poin diatas besar harapan agar penelitian yang telah dilakukan terhadap Candu Coffee Bar dapat memberikan suatu manfaat bagi perusahaan. Berikut merupakan beberapa implikasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dengan melakukan kolaborasi dengan kedai kopi lain, maka Candu Coffee Bar dapat memperluas pasarnya dari yang didapatkan sekarang, baik dengan mendapatkan *exposure* tambahan dan juga kenaikan pendapatan akibat dari kolaborasi tersebut. Dikarenakan saat ini jumlah peminat produk yang ditawarkan meningkat dengan sangat pesat. Namun selain itu Candu Coffee Bar juga harus memikirkan perhitungan dengan matang dan bersama-sama kedai kopi yang akan diajak bekerja sama untuk bisa memperkirakan besarnya keuntungan dan modal yang harus ditanggung bersama-sama.
2. Dengan cara menjual produk mereka secara masal, maka hal selanjutnya Candu Coffee Bar juga harus mengimbangi dengan pemasaran yang harus dilakukan dengan lebih gencar. Peningkatan pemasaran berguna untuk menyebarkan informasi bagi khalayak umum, untuk memperluas pasar penjualan dan juga membantu meningkatkan tingkat perekonomian daerah dan taraf hidup para petani yang dibeli biji kopinya oleh Candu Coffee Bar. Apabila penjualan secara masal juga ingin dijalankan, maka Candu Coffee Bar kemungkinan juga harus menambah jumlah tenaga kerja dari yang ada saat ini.

3. Dengan pembelian mesin *espresso* yang kapasitas lebih besar maka akan memperbaiki segi *serving time* yang sudah ada di Candu Coffee Bar saat ini. Namun dengan ditingkatkannya kapasitas *espresso* mereka, *roastery* yang mereka miliki harus ditingkatkan menjadi kapasitas yang lebih besar. Candu Coffee Bar dapat memproduksi biji kopi dengan jumlah yang lebih banyak untuk mengimbangi tingginya permintaan pasar akan produk dari mereka dan juga secara otomatis akan mengurangi biaya produksi mereka ketimbang menggunakan mesin *roastery* yang sekarang. Namun Candu Coffee Bar juga harus menyesuaikan peningkatan peralatan tersebut dengan keuangan yang mereka dapatkan sekarang ini serta skema tempat mereka apakah masih cukup untuk bisa meletakkan mesin-mesin tersebut di dalam kedai mereka.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik / Suharsimi Arikunto*. Jakarta : Rineka Cipta 2010.
- Bonnici, T. S., & McGee, J. (2015). *Wiley Encyclopedia of Management*. Wiley.
- Cut, S. N. (2016). Hubungan motivasi beragama dan kompetensi kepribadian dengan perilaku dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Jamiah Mahmudiyah Tanjung Pura kabupaten Langkat. *Hubungan motivasi beragama dan kompetensi kepribadian dengan perilaku dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Jamiah Mahmudiyah Tanjung Pura kabupaten Langkat. Masters thesis, UIN-SU*.
- David, F. R. (2006). *Manajemen strategis* (10 ed.). Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- David, F. R. (2011). *Strategic management concepts and cases*. . Prentice Hall.
- de Kluyver, C. A., & Pearce, J. A. (2015). *Strategic Management: An Executive Perspective*. Business Expert Press.
- dkk, Y. &. (2015). <https://media.neliti.com/media/publications/5363-ID-analisis-lingkungan-internal-dan-eksternal-dalam-menghadapi-persaingan-bisnis-pa.pdf>.
ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PADA CV. PURI LAUTAN MUTIARA, 5.
- Kartajaya, H., Kotler, P., & Setiawan, I. (2013). *Marketing 3.0: Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit*. Erlangga.
- KBBI. (2016, Januari 1). *Kedai Kopi*.
- KBBI. (2016, Januari 1). *Kopi*.
- Novianto, E. (2019). *Manajemen strategis* (Cetakan pertama, Oktober 2019 ed.). Deepublish Publisher.
- Porter, M. (2007). *Strategy Bersaing (Competitive Strategy)* (revisi ed.). Karisma Publishing Group.
- Putra, M. Y. (2022, May 17). *Wisatawan ke Kota Bandung Meningkat saat Libur Waisak, Okupansi Hotel Capai 86,35 Persen*. Retrieved November 9, 2023, from Ayo Bandung: <https://www.ayobandung.com/bandung-raja/pr-793407129/wisatawan-ke-kota-bandung-meningkat-saat-libur-waisak-okupansi-hotel-capai-8635-persen>
- Rahardjo, M. (2010). *Jenis dan Metode Penelitian Kualitatif*.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Unpar Press.
- Simbolon, H. (2022, September 13). *5 Alasan Bandung Cocok Jadi Destinasi Liburanmu*. Retrieved from Liputan6: <https://www.liputan6.com/regional/read/5066343/5-alasan-bandung-cocok-jadi-destinasi-liburanmu?page=6>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (cet 21 ed.). Bandung : Alfabeta.

Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. . Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.

Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : ANDI OFFESET.