

BAB IV

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

4.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan dalam menjawab pertanyaan pada identifikasi masalah yang sudah di buat pada penelitian ‘‘Strategi Bersaing Morgy Coffee’’.

1. Berdasarkan analisis lingkungan internal *Morgy Coffee* di dapatkan bahwa kekuatan yang dimiliki *Morgy coffee* adalah melakukan komunikasi yang baik antara manajer dengan karyawan, mempertahankan kualitas yang baik, konsisten dalam melakukan promosi di media sosial, serta seluruh karyawan memenuhi SOP perusahaan. Kelemahan *Morgy Coffee* yaitu kurangnya dalam melakukan promosi pada *e-commerce*, karyawan seringkali lupa dalam melakukan pemesanan, dan pemesanan ulang bahan baku yang tidak tepat.
2. Berdasarkan analisis lingkungan eksternal didapatkan bahwa *Morgy Coffee* memiliki peluang yaitu pertumbuhan teknologi yang semakin meningkat, kenaikan perekonomian di Kota Bandung, ketertarikan masyarakat pada *review* yang ada di media sosial, serta perkembangan gaya hidup masyarakat di Kota Bandung. Ancaman *Morgy Coffee* yaitu keberadaan *coffee shop* lain yang berpengaruh terhadap penjualan *Morgy Coffee*, bahan baku yang cepat basi, serta keianikan harga bahan baku.
3. Berdasarkan dari hasil IE matriks rancangan strategi yang sebaiknya dilakukan oleh *Morgy Coffee* adalah penetresi pasar. Dimana *Morgy Coffee* dapat

melakukan penetresi pasar, dan juga penetresi pasar yang dapat dilakukan dengan cara melakukan peningkatan promosi melalui media sosial dengan cara berkolaborasi dengan acara-acara musik, *giveaway*, berkolaborasi dengan komunitas lari setiap *weekend*. Dalam perbaikan kualitas produk dengan cara mengadakan pelatihan sertifikasi barista dengan melakukan diversifikasi menciptakan menu dengan rasa yang berbeda sesuai dengan keinginan konsumen.

4.2 Rekomendasi

Berikut rekomendasi dari penulis untuk Morgy Coffee berdasarkan dengan hasil analisis yang didapatkan:

1. Morgy Coffee dapat menambahkan menu makanan serta menambahkan menu minuman *non coffee* yang berbasis *powder* seperti taro, red velvet. Untuk jenis makanan yang ditambahkan berupa makanan berat sebab saat ini menu makanan berat Morgy Coffee hanya ada empat menu makanan berat saja.
2. Berdasarkan hasil dari analisis internal dan eksternal, Morgy coffee dapat memanfaatkan teknologi dalam pemasaran digitalnya serta mengadakan *Key Opinion Leader* (KOL) dalam membantu Morgy Coffee dalam memperluas pasar serta dapat menggunakan *platform* lain seperti Tiktok.
3. Dalam strategi bersaing diferensiasi yang digunakan oleh Morgy Coffee, Morgy Coffee dapat lebih sering berkolaborasi dengan acara-acara komunitas lari pagi agar Morgy Coffee lebih dapat dikenal oleh banyak orang. Selain itu Morgy Coffee harus lebih sering dalam mempromosikan produk *signature*

mereka agar produk tersebut dapat melekat pada konsumen serta pelayanan yang diberikan pun dapat melekat di konsumen.

4. Untuk lahan parkir yang sempit dan terbatas bisa bekerja sama dengan parkir umum atau adanya tambahan lahan parkir untuk setiap pelanggan.
5. Menyediakan Layanan Valet untuk memudahkan pelanggan dalam mencari parkir dan mengurangi kerumitan.
6. Meningkatkan infrastruktur pada jaringan wifi, atau memasang perangkat monitoring untuk memantau kinerja jaringan dan mendeteksi masalah sebelum para pelanggan mengeluh.

DAFTAR PUSTAKA

- ‘Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia’ (2000). Available At <https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Home/Details/45288/Uu-No-8-Tahun-1999>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Indeks Pembangunan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Ip-Tik) Indonesia 2020 Sebesar 5,59 Pada Skala 0 –10*. [https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/08/18/1848/Indeks-Pembangunan-Teknologi-Informasi-Dan-Komunikasi—Ip-Tik—Indonesia-2020-Sebesar-5-59-Pada-Skala-0---10.html](https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/08/18/1848/Indeks-Pembangunan-Teknologi-Informasi-Dan-Komunikasi-Ip-Tik-Indonesia-2020-Sebesar-5-59-Pada-Skala-0---10.html)
- Budio (2019) ‘Strategi Manajemen Sekolah.’, *Jurnal Menata*, Volume 2,.
- Cravens, David W., & Piercy, N. F. (2009) *Strategic Marketing*. New York: Ninth Edition.
- David, Fred R. Dan David, F. R. (2017) *Strategic Management Concepts And Cases A Competitive Advantage Approach. Sixteenth Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Dewi, D. And Sudiarta, G. (2017) ‘Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan’, *Ejurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(4), 2426.
- Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Buleleng. (2019, October 1). *Dampak Plastik Terhadap Lingkungan*. [https://Dlh.Bulelengkab.Go.Id/Informasi/Detail/Artike L/Dampak-Plastik-Terhadap-Lingkungan-31](https://dlh.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/dampak-plastik-terhadap-lingkungan-31)
- Eny Puspasari, Christine Wulandari, Arief Darmawan, I. S. B. (2007) ‘Aspek Sosial Ekonomi Pada Sistem Agroforestri Di Areal Kerja Hutan Kemasyarakatan (Hkm) Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung’, *Jurnal Sylva Lestari*, Vol. 5 No.
- Heryana, E. (2012) *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. Program Studi Sejarah Dan Kebudayaan Islam. Fakultas Adab Dan Ilmu Budaya. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Hintoro, S. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter’s Five Forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2, 731–732.
- Kriyantono, R. (2012) *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung Tahun-2021. (2022). Badan Pusat Statistik Kota Bandung.

<https://Bandungkota.Bps.Go.Id/Pressrelease/2022/02/25/971/Pertumbuhan-Ekonomi-Kota-Bandung-Tahun-2021.Html>

Puspasari, R. (2022). *Penyesuaian Tarif Ppn 11% Mulai 1 April 2022*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers/siaran-pers-penyesuaian-tarif-ppn-11-mulai-1-april-2022>
<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers/siaran-pers-penyesuaian-tarif-ppn-11-mulai-1-april-2022/>

Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.Cv.

Sugiyono (2022) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.