

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kinerja yang dicapai oleh Lighthouse Coffee Brewery belum mencapai target yang ditetapkan oleh pemilik, hal ini dapat dilihat dari kinerja di tahun 2017 pada periode bulan januari hingga juli dimana walaupun profit yang dihasilkan lebih besar yaitu Rp 17.656.511 dibandingkan dengan tahun 2016 sebesar Rp 10.737.572, tetapi penjualan produk mengalami penurunan hampir diseluruh bulan pada periode tersebut dibandingkan dengan periode tahun 2016. Pada tahun 2016 dibulan januari hingga juli, perusahaan dapat menghasilkan revenue sebesar 121.627.138, sedangkan tahun 2017 sebesar 108.189.967. Profit yang lebih besar di tahun 2017 tersebut dikarenakan pengeluaran biaya – biaya yang lebih rendah dibanding tahun 2016 dimana perusahaan baru memulai usaha bisnisnya sehingga masih mengeluarkan biaya yang cukup tinggi untuk *fixed assets*.
2. Target kinerja perusahaan untuk tahun 2017 ini yaitu meningkatkan revenue per hari dari Rp 500.000 menjadi Rp 700.000. Sedangkan di tahun 2018 menjadi Rp 1.000.000 per hari.
3. Berdasarkan hasil matriks IFAS dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang baik namun masih perlu melakukan perbaikan, dan berdasarkan hasil EFAS, hasil menunjukkan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk menghindari ancaman yang akan datang.
4. Berdasarkan hasil matriks IE, perusahaan berada di kuadran II dimana strategi yang cocok untuk kuadran tersebut adalah market penetration dan product development. Setelah melakukan diskusi, kedua strategi tersebut bersifat tidak *mutually exclusive* dimana perusahaan perlu menjalankan kedua strategi tersebut secara bersamaan tanpa adanya prioritas sehingga analisis QSPM tidak diperlukan dan alternatif strategi dihasilkan melalui matriks SWOT, yaitu :

- Membuat menu paket dengan harga yang fair.
- Membuat *signature menu* sebagai diferensiasi dengan kompetitor
- Memasang *banner/spanduk* yang lebih terlihat untuk meningkatkan awareness.
- Beroperasional lebih pagi dan membuat menu *breakfast*
- Meningkatkan kekuatan brand lewat iklan dan partisipasi event sosial
- Menyebarkan brosur di sekolah dan apartemen dan memberikan paket khusus
- Bekerjasama dengan foodblogger/coffeeblogger

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat, penulis memberikan beberapa saran yang bisa dipertimbangkan oleh pihak manajemen Lighthouse Coffee Brewery. Saran yang akan diberikan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan sebaiknya mempekerjakan minimal satu orang pekerja tetap yang dapat diandalkan dimana jadwal kerja ditetapkan oleh perusahaan sehingga pemilik sebagai manajemen dapat lebih fokus untuk membuat rencana dan strategi kedepan serta memperbaiki sistem yang ada.
2. Program loyalty card yang perusahaan jalankan dievaluasi untuk mengetahui seberapa efektif program tersebut selama ini dan melakukan *follow-up* kepada konsumen yang telah menuliskan identitas diri ketika pertama membuat loyalty card.
3. Pihak manajemen perlu melakukan perhitungan ulang terhadap harga – harga produk yang telah ditetapkan berdasarkan harga yang ditawarkan oleh kompetitor yang lokasinya berada dekat dengan perusahaan.
4. Perusahaan dapat membuat lembar *feedback* yang diberikan kepada konsumen untuk diisi ketika membeli produk di tempat untuk mengetahui penilaian dan mengetahui hal apa yang sebaiknya perusahaan perbaiki dan hal apa saja yang sebaiknya perusahaan pertahankan.
5. Ada baiknya perusahaan mempekerjakan seseorang yang secara khusus mengurus segala kegiatan pemasaran dan bertanggung jawab mengurus media

sosial perusahaan. Dengan kata lain sebagai admin akun media sosial perusahaan.

6. Membangun *channel* atau *network* adalah hal yang penting untuk dilakukan, untuk memulai hal tersebut perusahaan dapat memulai dengan membangun hubungan dengan konsumen yang datang, sebagai contoh adalah dengan melakukan *conversation* singkat dengan konsumen dimana dalam perbincangan tersebut pemilik selain memperoleh feedback langsung, tetapi juga informasi mengenai konsumen tersebut. Dari informasi tersebut pemilik dapat membuat rencana atau strategi yang lebih efektif, dengan kata lain lebih tepat sasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2011). *Strategic Management*. Pearson.
- De Kluyver, C. A., & Pearce, J. A. (2015). *Strategy : A View From the Top*. Pearson.
- Hamid, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Perdana, R. (2017, September 8). <http://www.prfmnews.com/jawabarat>. Diambil kembali dari <http://www.prfmnews.com>:  
<http://www.prfmnews.com/berita.php?detail=pertumbuhan-ekonomi-tinggi-bandung-jadi-pusat-transaksi>
- Putri, W. D. (2015, Oktober 2). <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/>. Diambil kembali dari <https://www.republika.co.id>:  
<https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/15/10/02/nvkhek359-indonesia-negara-ketiga-penghasil-kopi-terbesar-di-dunia>
- Rangkuti, F. (2014). *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Sukmadinata, N. S. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Rosda Dimensi.
- Sukmadinata, P. D. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- West, D., Ford, J., & Ibrahim, E. (2012). *Strategic Marketing : Creating Competitive Advantage*. Oxford.
- Wheelen, T. a. (2010). *Strategic Management and Business Policy*. United States: Pearson.