

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis akan menyampaikan beberapa kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang penulis lakukan sebelumnya pada Kurokoffee. Kesimpulan dan saran ini diharapkan dapat menjadikan bahan pertimbangan dan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca atau pihak lain, khususnya yang berkaitan dengan masalah strategi bersaing dalam menghadapi persaingan bisnis *coffee shop* di Kota Bandung.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penulisan yang penulis lakukan mengenai analisis perencanaan strategi bersaing Kurokoffee, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kurokoffee saat ini belum memiliki strategi khusus dan penulis menyimpulkan bahwa strategi bersaing yang digunakan oleh Kurokoffee adalah diferensiasi. Strategi diferensiasi ini merupakan strategi yang sesuai untuk diterapkan oleh Kurokoffee karena dengan strategi tersebut maka Kurokoffee mampu memiliki keunggulan bersaing dibandingkan pesaing-pesaing yang ada. Berikut merupakan faktor - faktor pembentuk keunggulan bersaing dari Kurokoffee:
 - a. Kurokoffee memiliki perkebunan kopi untuk menghasilkan biji kopinya.

- b. Memiliki cabang dengan konsep menarik dan memiliki lokasi yang strategis.
 - c. Kurokoffee memiliki fasilitas yang baik dan lengkap.
2. Faktor-faktor internal yang terdapat pada Kurokoffee diantaranya adalah kualitas SDM, kualitas produk, promosi dan pemasaran produk, serta inovasi produk yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki Kurokoffee. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi Kurokoffee diantaranya adalah pertumbuhan ekonomi, gaya hidup konsumen, inovasi dari mesin kopi yang canggih, banyaknya jumlah pendatang baru, serta produk substitusi berbanding terbalik dengan faktor internal yaitu tidak dapat meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki Kurokoffee.

Keunggulan bersaing dipengaruhi oleh faktor internal yang berarti bahwa produk yang berkualitas, kemampuan SDM mengenai kopi, harga yang setimpal dengan produk dan kenyamanan yang didapatkan pembeli, dan inovasi produk baru akan mempengaruhi strategi bersaing Kurokoffee. Untuk meningkatkan strategi bersaing dari sisi faktor eksternal, pemerintah dapat membuat kebijakan dari batas atas dan batas bawah harga biji kopi sehingga harga menjadi jelas serta standarisasi dalam *pembuatan coffee shop*.

Beberapa fasilitas tersebut diharapkan akan membuat iklim berusaha *coffee shop* menjadi lebih kondusif dan membuat para pengusaha

termotivasi, inovatif, dan berorientasi bisnis untuk dapat menghasilkan *coffee shop* berkualitas.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah penulis peroleh pada penulisan di Kurokoffee, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi bahan pertimbangan bagi Kurokoffee:

1. Menciptakan menu baru untuk pencinta kopi tetapi tidak bisa minum kafein yaitu, kopi *decaf* karena karakteristik biji kopi Kurokoffee yang *light*.
2. Memasang iklan di Instagram dan Facebook, melengkapi *website* perusahaan untuk lebih informatif, atau berkolaborasi dengan pihak ketiga seperti *selebgram* atau *youtuber* dengan memfasilitasi tempat untuk pengambilan gambar.
3. Ikut berkontribusi dalam acara-acara yang tenar di kalangan anak muda seperti Kampoeng Jazz.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrillita, N. (2013). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI. *eJournal Administrasi Bisnis*, 56-70.
- Altuntaş, G., Semerciöz, F., Mert, A., & Pehlivan, Ç. (2014). Industry forces, competitive and functional strategies and organizational performance: Evidence from restaurants in Istanbul, Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* , 300-309.
- Azizah, S. S. (2017). *Analisis Strategi Bersaing pada Gigggle Box Café & Resto dari perspektif Blue Ocean*. Bandung.
- Basuki, H. (2006). *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan dan Ilmu Budaya*. Jakarta.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, D. C. (2018). *Analisis Strategi Bersaing PT Tama Cokelat Indonesia*. Bandung.
- Fred , D. R., & David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hashim, M. K. (2005). *Strategic Management*. Singapore: Thomson Learning.
- Hubies, M. (2008). *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Pertiwi, M. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Administrasi Bisni*, 179-186.

- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. Free Press.
- Rangkuti, F. (2004). *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riswandi, A., Thahir, H., & Santi, I. N. (2016). ANALISIS STRATEGI BERSAING RUMAH MAKAN . *JURNAL ILMU MANAJEMEN UNIVERSITAS TADULAKO*, 293-304.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Winata, M. A. (2017). *Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Konsultan Sumber Daya Manusia Pada DS. Consultung*. Bandung.
- (2018). Retrieved from Kang Pisman: <https://www.kangpisman.com/>
- Kencana, M. R. (2018, January 30). 2018, *Industri Makanan dan Minuman Bakal Tumbuh 10 Persen*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3243577/2018-industri-makanan-dan-minuman-bakal-tumbuh-10-persen>
- Putra, D. A. (2019, Maret 12). *Menko Darmin: Walaupun Dunia Melambat, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Naik*. Retrieved from Merdeka: <https://www.merdeka.com/uang/menko-darmin-walaupun-dunia-melambat-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-naik.html>
- Putra, I. R. (2019, Januari 6). *Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Raih Peluang di Tahun Pemilu*. Retrieved from Merdeka: <https://www.merdeka.com/uang/kemenperin-industri-makanan-dan-minuman-raih-peluang-di-tahun-pemilu.html>
- Wahyuni, T. (2015, February

10). *Survei: Bandung Kota Terfavorit Wisatawan Se-ASEAN*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150210162426-269-31086/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean>