

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari penelitian mengenai strategi pengembangan bisnis dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada Dahari Café & Resto, berikut adalah beberapa hal yang dapat dirangkum dalam sebuah kesimpulan. Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada Dahari Café & Resto yaitu:
 - a. Dahari Café & Resto memiliki potensi atau kekuatan sebagai berikut: lokasi yang strategis, tempat yang luas serta suasana yang nyaman, memiliki menu yang bervariasi, harga menu terjangkau, fasilitas yang lengkap, mengelola modal dengan baik, hubungan baik antar karyawan, serta kesesuaian antara gaji yang didapat dengan beban kerja yang diberikan. Sedangkan faktor kelemahannya yaitu: tidak membuat testimoni di media social untuk menarik konsumen, kurangnya tempat *indoor* menjadi kendala ketika hujan, media promosi hanya melalui *Instagram*, belum memiliki karyawan yang mampu menjalankan proses pemasaran, daya tarik produk yang disajikan, tidak ada gambar/foto produk pada buku menu, dan pemesanan masih manual. Dimana dalam pengembangannya berdasarkan total skor yang diteliti atas hasil analisis menggunakan IFAS (*internal factors analysis summary*) faktor internal yakni kekuatan internal yang dimiliki dengan skor 1,72 dan total skor faktor kelemahan internal yaitu 1,82. Hal ini menunjukkan Dahari Café & Resto memiliki cukup kekuatan yang potensial untuk mengatasi faktor kelemahannya.

- b. Melalui hasil analisis yang dilakukan peneliti berdasarkan wawancara dan kuesioner yang dilakukan pada Dahari Café & Resto maka diperoleh beberapa peluang yang dimiliki oleh Dahari Café & Resto yaitu sebagai berikut: memiliki konsumen tetap, memiliki penyedia bahan baku yang baik, perilaku konsumen yang konsumtif, potensi untuk memperluas target pasar karena lokasi yang strategis, potensi kolaborasi dengan sebuah event karena tempat yang luas, kesesuaian harga dengan menu yang ditawarkan, tingkat kemudahan proses pembayaran, dan pelayanan yang baik. Sedangkan faktor ancaman yaitu tidak ada dukungan lisensi KEMENKES dan PIRT, banyak kompetitor dengan produk serupa, harga bahan baku yang fluktuatif, harga pesaing yang lebih terjangkau, perubahan tren dan preferensi konsumen dalam industri café, kemungkinan adanya perubahan kebijakan atau regulasi yang berdampak pada operasional café dan adanya pelaku usaha baru berpotensi menjadi ancaman. Dengan hasil analisis yang dilakukan menggunakan EFAS (*eksternal factors analysis summary*) Dahari Café & Resto memiliki skor peluang sebesar 2,07 dan skor ancaman sebesar 1,42. Dilihat dari analisis tersebut faktor peluang sangat berpotensi untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Dalam meningkatkan volume penjualan Dahari Café & Resto juga menggunakan strategi bisnis dengan menggunakan bisnis model canvas dan memperhatikan elemen-elemen yang mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Analisis model bisnis yang dilakukan Dahari Café & Resto melalui Bisnis Model Canvas (BMC) mengacu pada Sembilan elemen (Osterwalder & Pigneur, 2010) yaitu *customer segment* rata-rata perempuan remaja hingga dewasa dengan rentang usia 20-35 tahun pada tingkat ekonomi menengah. *Value proposition* berupa produk yang memiliki kualitas yang baik dengan harga terjangkau serta memiliki banyak variasi selain itu juga pelayanan kepada konsumen menjadi nilai unggul pada bisnis ini. *Channel* yang dijalankan melalui media social sebagai salah satu media penjualan dari Dahari café & Resto. *Customer relationship* dilakukan dengan berkomunikasi langsung dengan pelanggan maupun melalui media social untuk menjaga loyalitas pelanggan. *Key activity* yang dilakukan yaitu aktivitas produksi dan aktivitas pemasaran

dengan dukungan sumber daya manusia, finansial dan fisik. Dahari Café & Resto memiliki kerja sama dengan para pemasok bahan baku seperti pemasok kopi, the, susu, gula, sirup dan bahan makanan lainnya. Aliran pendapatan di Dahari Café & Resto dihasilkan dari penjualan produk secara langsung, pendapatan yang sudah masuk kemudian diputar kembali untuk operasional bisnis ini. *Cost structure* yang dikeluarkan berupa pembelian bahan baku produksi, biaya produksi, iaya gaji karyawan serta biaya lain-lain seperti biaya listrik, perawatan peralatan, dan biaya air.

3. Alternative strategi yang dapat dilaksanakan untuk meingkatkan volume penjualan di Dahari café & Resto adalah:
 - a. Berdasarkan analisis matriks IE diperoleh strategi umum yang dapat dilaksanakan yaitu strategi pertumbuhan (*growth strategy*) dalam posisi ini, perusahaan disarankan untuk mengikuti penetrasi pasar dengan mempertahankan dan memasarkan produk-produk yang sebelumnya telah ada dengan meingkatkan kualitasnya, pengembangan pasar dapat dengan menjalin kerjasama dengan *event* atau kegiatan masyarakat setempat dengan memanfaatkan lahan yang luas dan berperan sebagai penyedia konsumsi, atau strategi pengembangan produk yaitu dengan mengadakan inovasi produk. Dengan beberapa strategi tersebut secara tidak langsung Dahari Café & Resto memasarkan pada pasar/konsumen yang baru.
 - b. Berdasarkan hasil matriks analisis SWOT, dihasilkan strategi sebagai berikut: strategi *strengths opportunities (SO)* adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada terdiri dari meningkatkan kemudahan dalam proses pembayaran, meningkatkan pelayanan yang baik guna mempertahankan loyalitas pelanggan, meningkatkan kemudahan proses pembayaran mempertahankan design interior dan eksterior. Strategi *strength treats (ST)* adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman dilakukan dengan cara mengkomunikasikan keunggulan Dahari Café & Resto kepada pelanggan.

Strategi *weakness opportunity (WO)* adalah strategi untuk meningkatkan peluang dengan menekan kelemahan yang dimiliki dengan menciptakan inovasi produk dengan ciri khas café dan menawarkan harga yang sesuai kualitas, melakukan promosi dengan memanfaatkan media promosi yang *low budget* seperti internet. Strategi *weakness threats (WT)* adalah strategi memperbaiki kelemahan dan ancaman yaitu dengan mempelajari strategi perusahaan, melakukan diversifikasi produk, membuat strategi harga jual dengan meningkatkan kualitas produk dan daya tarik produk yang disajikan, serta melakukan evaluasi bulanan secara rutin pada setiap aspek usaha bersama tenaga kerja.

4. Dahari Café & Resto menggunakan model bisnis yaitu bisnis model canvas dengan strategi *Red Ocean*. Strategi *Red Ocean* dipilih karena bisnis yang sedang dijalani dan produk yang ada sudah memiliki banyak pesaing. Strategi *Red Ocean* bertujuan untuk melawan dan mengalahkan pesaing. Dalam meningkatkan pendapatan bisnis Dahari Café & Resto memformulasikan kembali secara lebih focus terhadap *value proposition* yaitu dengan meningkatkan kualitas produk dengan cara membuat inovasi produk menciptakan variasi produk dari pasar yang sudah ada ataupun dengan mengembangkan produk dari pihak Dahari Café & Resto.

5.2 Saran

Dari berbagai uraian di atas, merujuk pada kelemahan dan ancaman yang dimiliki dalam strategi pengembangan bisnis Dahari Café & Resto dalam upaya meningkatkan volume penjualan terdapat beberapa saran seperti:

1. Dengan keunikan desain interior, eksterior serta fasilitas yang dimiliki café membuat Dahari Café & Resto memiliki ciri khas dan keunikan sendiri sehingga menarik pelanggan dengan keunikan suasana yang ada di café. Pemilik harus mempertahankan keunikan desain interior, eksterior dan fasilitasnya agar meninggalkan kesan yang unik dan mudah dikenali pelanggan.

2. Mudah-mudahan mengakses internet pada zaman sekarang, pengelola dapat dengan mudah melakukan promosi dengan memanfaatkan media promosi yang *low budget* seperti internet dan media social yang sudah ada. Dengan memaksimalkan kegiatan promosi dan bekerja sama dengan sebuah event seperti *event* atau kegiatan masyarakat setempat dengan peran sebagai penyedia konsumsi dan tempat. Hal ini akan memudahkan menjangkau konsumen lebih luas agar dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan media social pun pelanggan dapat mengetahui profil perusahaan dan berbagai pilihan menu yang ditawarkan.
3. Dahari Café & Resto perlu memperhatikan setiap aktivitas bisnis sesuai dengan bisnis model canvas yang digunakan agar dapat berjalan dengan baik. Strategi yang dijalankan kemudian harus dievaluasi kembali sehingga Dahari Café & Resto mengetahui kinerja strategi yang diterapkan. Dahari Café & Resto harus berfokus kepada pengembangan produk dengan memberi nilai tambah dengan menciptakan produk khas sendiri yang lebih menarik.
4. Banyaknya pesaing di industri kuliner saat ini telah menjadi ancaman bagi semua perusahaan kuliner khususnya Dahari café & Resto. Ditambah lagi dengan kurangnya promosi yang menjadi titik kelemahan pada café ini. Maka agar café ini meningkatkan operasionalnya perlu juga meningkatkan promosi seperti periklanan di surat kabar, memasang spanduk pada lokasi strategis. Efisiensi promosi juga dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi seperti media social lain selain Instagram, yaitu facebook, tiktok, dan lainnya.
5. Dahari Café & Resto perlu memperhatikan setiap bisnis sesuai dengan isnis model canvas yang digunakan agar dapat menjalankan operasional lebih baik lagi. Strategi yang dijalankan kemudian harus dievaluasi kembali sehingga Dahari Café & Resto mengetahui kinerja strategi yang diterapkan. Dahari café & Resto harus focus kepada pengembangan produk dengan memberi nilai tambah dengan menciptakan desai atau model produk baru yang lebih menarik pelanggan sehingga meningkatkan penjualan.