

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

1. Circle A Coffee Company memiliki beberapa kekuatan yang bisa dijadikan sebagai faktor pendorong agar bisnis ini bisa lebih berkembang yaitu memiliki SDM yang sangat bagus agar menjadi daya tarik dan menjadi pengakuan didunia perkopian di kota Bandung karena SDM yang ada yaitu *Owner* selaku orang yang punya sertifikasi Nasional di bidang kopi, selain itu juga perusahaan ini memiliki hubungan sangat baik dengan konsumen serta menjadikan *Management* yang rapi mulai dari keluar masuknya barang hingga pencatatan administrasi yang rapi juga, selain itu juga perusahaan memiliki produk yang sangat bagus meskipun memproduksi kopi yang asal daerahnya nusantara yaitu kopi Jawa Barat, dan yang menjadi kekuatan juga adalah pelayan yang diberikan berbeda dengan perusahaan lain di bidang yang sama yaitu sampai saat ini menjadi daya tarik bagi konsumen seperti pelayanan penanganan produk atau *Quality Control* produk kopi yang perusahaan sendiri tersebut berproduksi, dan selalu menjaga baik hubungan dengan konsumen satu dua dan yang lainnya sehingga konsumen lebih bebas dan lebih terbuka ketika ada masalah tentang produk dan selalu menjalin kerja sama dengan baik. Tetapi ada juga kelemahan perusahaan yaitu kurangnya menganalisis kompetitor atau perusahaan yang bergerak dibidang yang sama, kurangnya pengembangan inovasi seperti *packaging* atau perkembangan yang sesuai dengan tren atau masanya sekarang, selain itu juga pemanfaatan teknologi di perusahaan ini sangat minim hanya menggunakan media komunikasi seperti *WhatsApp* saja dan juga pemasukan data menggunakan komputer atau laptop sehingga dari sana merembet ke penjualan promosi karena sampai saat ini belum pernah ada promosi penjualan guna mengenalkan produk baru atau meningkatkan penjualan, jelas itu menjadi kekurangan di bidang perdagangan karena tidak adanya *marketing* dan sangat sulit untuk memperluas pasarnya.
2. Hasil analisis penulis terhadap faktor eksternal pada faktor peluang yang dilihat dari faktor eksternalnya perusahaan yang didapat sumber dari konsumen dan juga

konsultan kopi, perusahaan sangat mempunyai peluang di bidang pelayanan karena pelayanan Circle A Coffee Company memberikan pelayanan yang tidak biasa dan berbeda dengan Roastery yang lain yaitu bisa memberikan *service* atau pelayanan secara langsung ke tempat konsumen untuk melakukan *quality control* dan juga menerima setiap komplain dan konsultasi produk, karena produk itu sendiri dengan kualitas bagus dan harga yang sesuai atau masih bisa dijangkau oleh kedai kopo yang kecil, menjadi daya tarik konsumen juga ketika adanya pelayanan kostum produk atau produk yang menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Tetapi ada beberapa faktor yang menjadi ancaman perusahaan yang di mana faktor itu berasal dari kekurangan perusahaan itu juga berdampak terhadap pandangan eksternal karena keterbatasan tersebut menjadi ancaman perusahaan dan dapat dikatakan ketertinggalan perkembangan perusahaan dibanding dengan perusahaan lain di bidang yang sama.

3. Masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan, maka dipandang perlu adanya strategi yang intensif yang diterapkan yaitu strategi untuk meningkatkan *management Sumber Daya Manusia* untuk meningkatkan kualitas dalam produksi dan menambah jumlah SDM supaya operasional berjalan dengan normal sesuai dengan standar perusahaan. Selalu menjaga hubungan baik dengan konsumen agar bisa terus mengevaluasi dari beberapa faktor untuk perkembangan usahanya dan juga selalu menjaga hubungan baik dengan kompetitor guna untuk saling melihat perkembangan satu sama lain di bidang usaha yang sama dengan melihat kebutuhan pasar pada setiap masanya. Meningkatkan pemanfaatan teknologi yang bisa menjadi alat atau media untuk memperluas pasar dan menjadi sumber informasi dan edukasi tentang produk yang di promosikan atau produk-produk yang perlu dijual ke pasar yang lebih luas dan juga mengedukasi konsumen tentang produk yang dijual. Selain itu juga perusahaan perlu meningkatkan *manajerial* yang sudah ada guna untuk menata ulang atau memaksimalkan manajerial yang ada untuk mempermudah, mengevaluasi, dan melihat perkembangan perusahaan dan adanya program-program yang mampu mempengaruhi terhadap peningkatan penjualan seperti promosi yang tujuannya juga memperkenalkan produk-produk perusahaan ke pasar.

5.2 SARAN

Dalam uraian kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran-saran yang diberikan bagi perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan, bagi konsumen dan juga bagi penelitian selanjutnya yaitu;

- a. Bagi perusahaan disarankan untuk lebih memperhatikan evaluasi terhadap kebijakan yang sudah ditentukan, sebab evaluasi inilah yang menjadikan perusahaan bisa berkembang atau tidaknya dan memperhatikan segala kekurangan perusahaan dan memaksimalkan potensi atau peluang perusahaan guna mengembangkan perusahaan di jangka pendek maupun jangka panjang.
- b. Bagi konsumen disarankan untuk lebih aktif atau kritis dalam memberikan komentar atau masukan terhadap perusahaan baik mengenai produk atau pelayanan yang diberikan agar menjadi bahan evaluasi perusahaan untuk menjadi perusahaan lebih berkembang
- c. Kepada penelitian selanjutnya tahu peneliti lain disarankan untuk melakukan wawancara lebih mendalam tidak hanya terhadap perusahaan tetapi juga terhadap beberapa konsumen dan pakar atau ahli di bidang yang sesuai dengan perusahaan yang di teliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Anik. (2010). *Definisi Coffee Shop* (12 april 2).
- Anwar, S. (2019). Coffee Shop dan Roastery Kota Pontianak. *Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura*, 7(1), 406–421.
- Faruq, M. A., & Usman, I. (2016). Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 7(3), 173–198. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v7i3.2710>
- Ibrahim A. dan Sasidhar, B. (2016). . *Bank Customers' Perception Of Service Quality And Customer Satisfaction In Saudi Arabia*. 4(11), 2005–2008.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, A. J. (2013). *ini BAB III METODE PENELITIAN A. Jenis Penelitian Penelitian*. 47–60.
- Lenda, S., Azwar, R., & Resi, J. (2021). Peranan Administrasi Bisnis dalam Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Agihinya Stiesnu Bengkulu*, 4(1), 4. <https://ejournal.stiesnu-bengkulu.ac.id/index.php/aghniya/article/view/60>
- Mathis & Jackson. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Pertama*. Miles, B. M. dan M. H. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. UIP.
- Moleong, L. J. (2011). *Metode penelitian kualitatif*.
- Ndraha. (1999). *Pengantar Teori Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Rinka Cipta Newstrom and Davis.
- Novia Sridewi. (2020). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA RUMAH MAKAN SUKMA RASA LABUAPI KABUPATEN LOMBOK BARAT. In *Orphanet Journal of Rare Diseases* (Vol. 21, Issue 1).
- Pendidikan, M., Dasar, T., Sekolah, D. I., Pertama, M., Chandra, D. T., Rustaman, N. Y., & Fisika, J. P. (2010). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAYUR GABUS PUCUNG PAK NIJAR KABUPATEN BEKASI*. 1–3.
- Prasetyo, B. B., Baga, L. M., & Yuliati, L. N. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Rhythm of Empowerment Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 296–307.

<https://doi.org/10.17358/jabm.4.2.296>

Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA.

Prof. Dr. Sugiyono. (2014). *No Title*. ALFABETA.

Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ritchie, G. & J. B. (2012). *Tourism: Principles, Practices, and Philosophies*. John Wiley & Sons.

Sari, R. P., Mariam, I., & Sinaga, M. O. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Matriks SWOT pada Startup MakananHalal.id. *Journal of Management and Business Review*, 18(3), 630–639.
<https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i3.219>

Sonia, D. R., Sanjaya, A., & Hutajulu, M. J. (2020). Business Development Strategies Using SWOT Analysis in the Cahaya Modern Home Industry. *Jurnal Ad'ministrare*, 7(1), 161. <https://doi.org/10.26858/ja.v7i1.14071>

Tambunan, T. S. (2020). SWOT Analysis for Tourism Development Strategy of Samosir Regency. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 4(2), 90. <https://doi.org/10.20473/tijab.v4.i2.2020.90-105>

Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Rajawali Pers.