

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis bab IV di atas, aspek finansial aspek pemasaran dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Aspek Finansial

Pada perhitungan *Cash Flow* didapatkan hasil PV kas bersih sebesar Rp. 71.077.473, dari hasil perhitungan keseluruhan dengan rumus *Payback Period* usaha *Cafe TemanSiaran* dalam pengembalian jumlah modal investasinya adalah 7 bulan. Berdasarkan perhitungan tersebut *Net Present Value* lebih besar dari nol atau bernilai positif yaitu sebesar Rp. 16.483.473, dengan hasil perhitungan *Profitability Index* usaha *Cafe TemanSiaran* dikatakan layak untuk dikembangkan, karena kriteria kelayakan penerimaan investasi menggunakan metode *Profitability Index* lebih besar dari satu yaitu sebesar 1,301 dengan nilai *Internal Rate of Return* sebesar 25,6% , nilai ini lebih besar dari tingkat bunga yang digunakan dalam perhitungan 20%.

b. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dari segi *targeting*, Bisnis *Cafe TemanSiaran* menargetkan produk untuk penjualannya dari kalangan muda sampai tua, dikarenakan kopi dapat dinikmati oleh semua kalangan. Dari segi *positioning*, *Cafe TemanSiaran* mempertimbang *positioning* menurut harga dan kualitas serta *positioning* menurut pesaing, melawan usaha sejenis dengan meningkatkan pelayanan yang baik kepada *customer*. Dengan demikian *Cafe TemanSiaran* dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat.

2. Faktor eksternal dan faktor internal *cafe* TemanSiaran

Faktor Internal

- a. Kopi merupakan kebutuhan pokok manusia.
- b. Harga sesuai dengan kualitas produk.
- c. Menu minuman dan makanan selalu tersedia varian baru.
- d. Diskon pada beberapa minuman dan makanan.
- e. Belum banyak yang mengenal *cafe* TemanSiaran.
- f. Ada beberapa *coffeeshop* lain yang sudah lebih dulu berdiri.
- g. Pemasaran dimedia sosial kurang gencar.
- h. Jam operasioal buka dan tutup tidak menentu.

Faktor Eksternal

- a. *Coffeeshop* menjadi *trend* dikalangan masa kini.
- b. Memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar.
- c. Produk dapat dijual dalam jumlah tertentu.
- d. Lokasi toko yang strategis.
- e. Harga produk pesaing lebih murah.
- f. Jumlah pesaing yang terus meningkat
- g. Harga bahan yang tiba-tiba naik sehingga berpengaruh pada biaya produksi dan harga jual.
- h. Banyak inovasi yang sulit diikuti.

3. Strategi Pengembangan berdasarkan pemetaan 9 elemen bisnis model BMC yang dilanjutkan analisis matrik interaksi SWOT menghasilkan: S-O, W-O, S-T, dan W-T Strategy dan disimpulkan dalam 5 (lima) strategi pengembangan yakni:

- a. Membentuk sebuah bisnis *Caffe* untuk menjalin hubungan kepada konsumen dan pemasok dengan baik, termasuk membuat sistem manajemen yang terstruktur
- b. Mempertahankan kualitas produk dan merekrut karyawan agar proses produksi tetap berjalan dengan baik dan bisa memenuhi permintaan konsumen.

- c. Mengembangkan potensi bisnis dengan menjalin hubungan baik dengan mitra-mitra strategis guna meningkatkan penjualan dan keuntungan.
- d. Mempertahankan hubungan baik kepada konsumen dengan membuka peluang menjadi supplier (pemasok).
- e. Meningkatkan penjualan produk untuk mengantisipasi adanya bahan dengan harga yang fluktuatif.

Strategi pengembangan bisnis *cafe* TemanSiaran dengan metode SWOT

Sehingga dapat diterapkan strategi SO pada matriks SWOT sebagai berikut:

- a. Mempertahankan kenyamanan yang memiliki fasilitas ac dan juga area yang disediakan untuk merokok.
- b. Memperluas jangkauan pasar dengan mendaftarkan *Cafe* TemanSiaran ke ShopeeFood pada aplikasi Shopee sehingga *customer* dapat merasakan produk *Cafe* TemanSiaran dimanapun berada seperti dirumah, dikampus atau ditempat kerja.
- c. Setiap karyawan *Cafe* TemanSiaran diwajibkan untuk menerapkan sistem 5S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun).

5.2 Saran

- a. Dalam penerapan strategi sebaiknya *cafe* TemanSiaran mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, sehingga dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki.
- b. Administrasi, *cafe* TemanSiaran agar lebih rapih dan lebih akuntable, sehingga finansial yang dihasilkan *cafe* TemanSiaran lebih dapat dimaksimalkan untuk perkembangan *cafe* TemanSiaran.
- c. Memberikan fasilitas lebih seperti *wifi* di *cafe* TemanSiaran agar *customer* merasakan kenyamanan untuk mengerjakan tugas, dan lainnya.
- d. Memberikan tambahan varian menu di *cafe* TemanSiaran guna meningkatkan jumlah *customer* yang akan datang.