

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

1. Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - Hasil dari analisis lingkungan Eksternal bisnis Coffee Shop dengan konsep Mobile Truck menjukan bahwa:
 - a. Ancaman Produk Pengganti
Pesaing utama dari konsep Mobile Truck ini adalah para pengelola Foodtruck karena tidak menutup kemungkinan mereka selain menjual makanan juga menjual minuman.
 - b. Ancaman Pesaing
Persaingan penjualan dengan konsep Mobile Truck kedepannya akan semakin ketat melihat tren Foodtruck yang sedang ramai belakangan ini.
 - c. Ancaman Pendetang Baru
Pendetang baru sangat memungkinkan untuk menjadi pesaing serius karena dengan modal yang tidak terlalu di tambah konsep yang lebih menarik.
 - d. Daya Tawar Supplier

Semakin ramainya Coffee Shop belakangan ini mengakibatkan semakin banyaknya *supplier* kopi yang terus bersaing menjual Biji Kopi terbaik. Hal ini membuat perusahaan memiliki daya tawar yang kuat karena dapat memilih *supplier* yang baik.

e. Daya Tawar Konsumen

Armor Kopi Mobile Truck memiliki daya tawar konsumen yang tinggi karena konsep Mobile Truck yang belum ada di Kota Bandung.

- Analisa SWOT :

1. *Strength*

Lokasi yang fleksibel dan konsep dekor truck yang dapat berubah-ubah merupakan nilai lebih dari konsep Mobile Truck ini.

2. *Weakness*

Cuaca hujan akan menjadi kendala utama dalam konsep Mobile Truck ini.

3. *Opportunities*

Peluang untuk berjualan sangat besar ditambah Brand Armor Kopi yang sudah melekat di kalangan masyarakat Kota Bandung.

4. *Threat*

Ancaman yang kemungkinan dihadapi oleh Mobile Truck tidak terlalu mempengaruhi rencana bisnis yang akan di kembangkan.

2. Berdasarkan analisis *BMC (Business Model Canvas)* dan 10 Tipe Inovasi

- *BMC (Business Model Canvas)*

Dilihat dari hasil pengolahan *BMC*, *key partner* seperti acara-acara yang mengundang banyak masa akan menjadi hal yang menarik karena konsumen tidak akan menyangka mereka menemukan Armor Kopi bukan lagi di Coffee Shop melainkan di tempat keramaian. Sedangkan *Revenue Streams*, penjualan kopi tetap menjadi fokus utama.

- 10 Tipe Inovasi

Dengan Channel dan Customer Engagement yang berbeda dengan Coffee Shop sebelumnya maka diharapkan konsumen mendapatkan pengalaman yang berbeda dari Coffee Shop yang biasa mereka temui.

3. Perencanaan bisnis dengan Konsep Mobile Truck dilihat dari beberapa aspek adalah sebagai berikut:

a. Aspek Pemasaran :

- **Segmen** yang coba di ambil adalah Warga Kota Bandung atau Wisatawan dengan golongan menengah keatas. untuk jenis kelamin, agama, dan ras tidak dibatasi
- **Target** yang menjadi tujuan adalah konsumen yang berada di Bandung baik penduduk Bandung maupun Wisatawan yang ingin menikmati kopi khas Armor Kopi tanpa harus pergi ke Coffee Shop Armor Kopi karena Armor Kopi Mobile Truck akan berkeliling Kota Bandung sesuai dengan rute yang nantinya akan di susun dan akan parkir di tempat-tempat strategis.
- **Positioning** yang ingin di capai oleh Armor Kopi Mobile Truck sebagai pelopor minum kopi kapan saja tanpa harus pergi ke Coffee Shop.
- **Bauran Pemasaran** yang digunakan dengan konsep 7P dimana dari ke tujuh unsure bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya.

b. Aspek Operasional :

Lokasi dan Tenaga kerja yang handal menjadi kunci dari bisnis Mobile Truck ini karena penentuan lokasi menentukan ramai tidaknya penjualan ditunjang Tenaga kerja yang professional.

c. Aspek Sumber Daya Manusia :

Perekrutan pegawai dengan seleksi dan wawancara ditambah dengan pelatihan merupakan syarat untuk memiliki pegawai yang handal dan professional.

d. Aspek Rencana Keuangan :

Hasil analisis perencanaan Bisnis Coffee Shop dengan konsep Mobile Truck menunjukkan bahwa bisnis ini layak karena NPV positif dan IRR lebih besar dari suku bunga yang berlaku.

5.1 SARAN

Beberapa saran yang diusulkan oleh penulis dalam penelitian ini antara lain:

- Pihak Armor Kopi harus berani mengambil terobosan dalam hal inovasi penjualan, hal ini berkaitan dengan semakin maraknya Coffee Shop di Kota Bandung sehingga diharapkan dengan melakukan inovasi penjualan maka konsumen akan lebih mengenal dan

merasakan sensasi minum kopi di tempat yang berbeda, dalam hal ini Mobile Truck.

- Armor Kopi sudah memiliki tempat di hati konsumen dikarenakan hasil racikan kopinya yang tidak perlu diragukan lagi, maka perekrutan Barista harus sangat diperhatikan jangan sampai menurunkan standar kualitas yang ada di Armor Kopi.
- Penelitian selanjutnya dapat dilakukan untuk mencari langkah yang bisa dilakukan oleh manajemen Armor Kopi dalam rangka memperluas cakupan pasar dan meningkatkan skala perusahaan.

