

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan memperhatikan hasil penelitian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa perilaku inovatif pemilik atau pengelola cafe yang tinggi dan mampu di terapkan didalam bisnisnya dapat membawa cafe tersebut kepada keunggulan bersaing. Dari hasil penelitian, terdapat perbedaan diantara perilaku inovatif pemilik dari ketiga jenis cafe yang penulis teliti.

Pada cafe Shafa Mart, konsep ide inovatif pemilik cafe berasal dari konsep teknik atau *engineering* yang sesuai dengan bidang ilmu yang dimiliki pemilik cafe, sehingga interior cafe didesain bernuansa *sains* dan *engineering* serta menyesuaikan dengan konsep cafe yang dekat dengan kampus yang identik dengan ilmu pengetahuan. Pada cafe Alvanza Food menggunakan konsep inovatif pjasera, yaitu mengombinasikan konsep cafe dengan restoran dengan model lesehan dan aula tempat belajar yang cukup besar yang dilengkapi dengan layar monitor dan infokus. Sedangkan konsep inovatif pada cafe Queen yaitu konsep masakan khas minang dan formal, dikarenakan cafe Queen yang terletak didalam kampus Unand dan menjadi *icon* tempat makan untuk para tamu dan pimpinan Universitas Andalas yang dilengkapi dengan fasilitas ruangan VVIP. Ketiga jenis cafe pada umumnya mendapatkan referensi ide-ide

inovatif dengan cara mengunjungi restoran, cafe dan tempat-tempat makan lainnya.

Selain terdapat perbedaan perilaku inovatif diantara ketiga pemilik cafe, namun pemilik ketiga cafe tersebut memiliki kesamaan dalam hal strategi bersaing untuk mencapai *competitive advantage*. Dari data yang didapatkan ketiga jenis cafe sama-sama menggunakan strategi bersaing fokus kepada rasa karena inti dari bisnis kuliner khususnya cafe, rasa adalah hal yang paling utama. Strategi fokus kepada rasa ini juga berkaitan erat dengan kualitas produk dan juga harga. Untuk rasa ketiga cafe menekankan kepada kualitas rasa disetiap makanan dan minuman yang ditawarkan dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas dan bumbu yang tepat. Selain itu, untuk setiap makanan dan minuman yang ditawarkan tentunya memiliki harga yang beragam. Dari ketiga jenis cafe yang penulis teliti, cafe Alvanza Food yang memiliki harga yang terendah (*cost leadership*) dengan rasa yang tidak kalah dengan kedua pesaingnya.

Inovasi-inovasi dan perbaikan selalu dilakukan oleh pemilik cafe untuk dapat menarik perhatian konsumennya, tidak jarang pemilik cafe menambahkan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumennya, termasuk fasilitas pengantaran produk atau disebut juga *delivery dependability*. Dari ketiga cafe yang penulis teliti, hanya cafe Queen yang memiliki fasilitas pengantaran produk ini dan hanya terbatas didalam lingkungan kampus Unand saja. Tentu hal ini menjadi nilai

tambah bagi cafe Queen untuk mencapai *competitive advantage*, tidak terlepas dari seluruh parameter yang ada.

Untuk dapat melihat keseluruhan hasil penelitian dari masing-masing cafe untuk setiap parameter yang sudah ditentukan dapat disimpulkan didalam tabel. Untuk tabel 5.1.1 ini akan menjelaskan kesimpulan dari keseluruhan cafe dari parameter perilaku inovatif, yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.1.1. Parameter Perilaku Inovatif Individu Pemilik dan Pengelola Shafa Cafe, Cafe Queen, dan Cafe Alvanza Food Court

Paramater Perilaku Inovatif	Shafa Cafe	Cafe Queen	Cafe Alvanza Food Court
Tingkat Kreativitas	Menggunakan konsep konsep <i>engineering</i> dan <i>sporty</i>	Menggunakan konsep masakan khas Minang asli, formal dan <i>outdoor</i> dengan latar belakang nuansa alam	Menggunakan konsep pujasera yaitu mengkombinasikan konsep cafe dan restoran serta lesehan yang luas.
Tingkat Persaingan Dalam Suatu Industri	Sangat ketat	Sangat ketat	Tidak terlalu ketat dan berada ditengah-tengah.
<i>Idea Exploration</i>	<i>Traveling</i> keluar kota maupun keluar negeri	Mengacu kepada tempat-tempat makan dan restoran khas minang seperti <i>Lamun Ombak</i> dan rumah makan <i>Pak Datuk Padang Panjang</i>	Berpergian ke cafe, restoran atau tempat-tempat makan di Kota Padang dan tempat lainnya serta berdiskusi dengan keluarga.
<i>Idea Generation</i>	Ide yang telah temukan, lalu diolah dan dimodifikasi. setelah itu diterapkan dan menilai ide tersebut apakah cocok atau tidak	Ide yang telah temukan, lalu diolah dan dimodifikasi. setelah itu diterapkan dan menilai ide tersebut apakah cocok atau tidak	Ide yang telah temukan, lalu diolah, dimodifikasi dan dikembangkan dengan bantuan jasa dari pihak properti. setelah itu diterapkan dan menilai ide tersebut apakah cocok atau tidak
<i>Idea Championing</i>	Menggunakan tenaga internal dan dari tenaga pemilik cafe sendiri	Menggunakan tenaga internal cafe	Menggunakan partner jasa properti

Paramater Perilaku Inovatif	Shafa Cafe	Cafe Queen	Cafe Alvanza Food Court
<i>Idea Implementation</i>	Ide-ide yang telah didapatkan langsung diaplikasikan dan dinilai seberapa besar peminatnya.	Ide-ide yang telah didapatkan langsung diaplikasikan dan dinilai seberapa besar peminatnya.	Ide-ide yang telah didapatkan langsung diaplikasikan dan dinilai seberapa besar peminatnya. dari kedua pesaingnya, cafe Alvanza Food Court lebih unggul dan mampu mempertahankan ide-ide tersebut

Sedangkan untuk dapat melihat keseluruhan hasil penelitian dari masing-masing cafe untuk parameter *competitive advantage* dapat disimpulkan didalam tabel 5.1.2 ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.1.2. Parameter *Competitive Advantage* Pemilik dan Pengelola Shafa Cafe, Cafe Queen, dan Cafe Alvanza Food Court

Paramater Competitive Advantage	Shafa Cafe	Cafe Queen	Cafe Alvanza Food Court
Strategi Bersaing yang digunakan	Strategi fokus kepada rasa produk	Strategi fokus kepada rasa produk	Strategi fokus kepada rasa produk
Harga	Tidak mengacu kepada harga pesaingnya, tetapi dari berdasarkan dari harga pokok produksi dan berapa besar tingkat keuntungan yang akan diperoleh	Lebih cenderung mengikuti harga pasaran dan dikaitkan erat juga dengan harga pokok produksi serta keuntungan yang akan diperoleh	Harga lebih rendah dari pesaing dan lebih cenderung melihat kemampuan pasar dalam membayar serta didukung oleh fasilitas penunjang lainnya
Kualitas	Kualitas rasa sangat diutamakan dan kualitas pelayanan masih standar	Kualaitas rasa diutamakan pelayanan sudah lebih baik dari pada pesaing	Kualitas rasa diutamakan dan pelayanan masih standar, tetapi didukung oleh berbagai jenis fasilitas pendukung untuk konsumen
<i>Delivery Dependability</i>	Tidak ada	Tidak ada	Ada, tetapi hanya khusus di lingkungan kampus Unand saja

Paramater Competitive Advantage	Shafa Cafe	Cafe Queen	Cafe Alvanza Food Court
Inovasi Produk dan inovasi tempat	Inovasi untuk produk yaitu <i>risol mayones</i> , dan <i>Lemon citrus</i> . Untuk inovasi tempat menggunakan konsep inovasi <i>engineering</i> dan <i>sporty</i>	Inovasi untuk produk yaitu gulai kambing, pangsit dan soto ayam dan sup buah. Untuk inovasi tempat menggunakan konsep minang asli dan formal serta outdoor nuansa alam	Inovasi produk yaitu <i>spageti bologneis</i> , <i>kwetiau goreng special</i> , <i>bihun goreng</i> , <i>banana split</i> , <i>ec cream oreo</i> , <i>nata de coco melon/strawberry</i> , dan lain-lain. Untuk inovasi tempat menggunakan konsep pujasera atau kombinasi antara cafe dan restoran dengan tempat lesehan yang cukup luas
<i>Time to Market</i>	Waktu yang dibutuhkan untuk meluncurkan ide atau produk baru ke pasar selama 2 sampai 3 bulan.	Cafe Queen memiliki waktu meluncurkan produk baru lebih cepat dibandingkan dengan pesaingnya, yaitu selama 1 sampai 2 hari.	Waktu yang dibutuhkan oleh Cafe Alvanza Food Court untuk meluncurkan ide atau produk baru ke pasar selama 6 bulan atau per semester disaat mahasiswa libur.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa perilaku inovatif pemilik suatu bisnis kuliner khususnya cafe sangat penting agar dapat bersaing di industri kuliner untuk mencapai *competitive advantage*. Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi yaitu,

1. implikasi terhadap pemilik cafe dalam melihat peluang dari target pasar. Peluang dari target pasar ini harus benar-benar dicermati oleh pemilik bisnis cafe khususnya di daerah Pasar Baru dan kampus Unand karena target pasar nya adalah mahasiswa. Peluang tersebut bagaimana pemilik cafe dapat memberikan apa saja hal-hal yang dibutuhkan oleh mahasiswa disamping tidak hanya tempat untuk makan dan minum.

2. Implikasi terhadap konsumen atau mahasiswa terhadap tempat cafe yang dijadikan tempat berkumpul. Setiap cafe tentunya memiliki ciri khas masing-masing, termasuk fasilitas-fasilitas pendukung yang sekiranya dibutuhkan oleh konsumen atau mahasiswa. Mahasiswa yang sebagai target pasar tentunya memilih cafe yang memiliki fasilitas lengkap yang dibutuhkan mahasiswa seperti, Wifi, lesehan yang luas untuk tempat belajar, WC, Mushola, tempat wudhu, infokus, kipas angin, serta yang pastinya adalah makanan dan minuman yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Didalam melakukan penelitian ini, penulis memiliki keterbatasan yaitu penulis tidak mendapatkan data yang diperlukan karena tidak semua informant atau pemilik cafe dapat memberikan semua informasi mengenai cafe yang dimilikinya karena bersifat rahasia. Selain itu, keterbatasan penelitian ini juga hanya menggunakan 3 (tiga) objek penelitian dan juga sudut pandang yang digunakan juga terbatas yaitu dari sudut pandang segelintir orang saja yaitu pemilik cafe pada cafe yang penulis teliti yang ada didaerah Pasar Baru sampai dengan Kampus Universitas Andalas Limau Manis Padang.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan hasil pembahasan diatas dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak berkaitan

dengan implementasi perilaku inovatif pemilik dan pengelola cafe dalam pembentukan *competitive advantage*, yaitu :

1. Setiap pemilik bisnis dibidang kuliner khususnya cafe harus bisa berfikir kreatif dan inovatif serta mampu menerapkannya.
2. Dengan keterbatasan objek penelitian hanya 3 (tiga) jenis cafe yang ada di daerah pasar baru, untuk kedepannya lebih baik keseluruhan cafe yang ada di daerah Pasar Baru dan Kampus Unand sehingga hasil penelitiannya lebih optimal.
3. Untuk pemilik dan pengelola cafe, penulis menyarankan lebih peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh mahasiswa, karena cafe tidak hanya digunakan oleh mahasiswa sebagai tempat makan saja, tetapi sebagai tempat berkumpul dan tempat belajar bersama.

