

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka penelitian tentang “Kreativitas dan Kualitas *Coffee Presentation* di Usaha Jasa Boga *Coffeeshop* Yogyakarta” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffee shop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori cukup baik.

Penilaian untuk masing-masing variabel disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kreativitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori cukup baik. Hal ini berarti bahwa *coffeeshop* Yogyakarta sudah memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan menggabungkan ide baru dari ide yang telah dimilikinya yang bersumber dari pihak pelanggan sehingga membentuk kreativitas produk yang dapat memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kreativitas *coffee presentation* ditinjau dari aspek kebaruan (*novelty*) dinilai dalam kategori kurang baik, aspek pemecahan masalah (*resolution*) dinilai dalam kategori baik, dan aspek kerincian (*elaboration*) dinilai dalam kategori baik dan cukup baik.
- b. Kualitas visual *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mendapatkan penilaian dalam kategori baik. Hal ini berarti bahwa kualitas visual *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta dapat diterima oleh konsumen karena ukuran,

bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Kreativitas dan kualitas *coffee presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta dapat berdampak pada keunggulan bersaing. Selain itu, adanya kreativitas dan kualitas *coffee presentation* dapat memikat para konsumen karena produknya yang bervariasi dan berbeda dengan menu-menu di *coffeeshop* lainnya, sehingga dapat meningkatkan nilai penjualan.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Adanya kreativitas dan kualitas *Coffee Presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta mengimplikasikan bahwa setiap *coffeeshop* hendaknya memiliki sumber daya manusia atau karyawan yang kreatif dengan didukung kualitas visual atau penampilan yang dapat menarik konsumen. Hal ini dimaksudkan dengan adanya karyawan yang kreatif dapat menciptakan produk-produk baru dengan visual/tampilan, warna, dan rasa yang berbeda dengan produk atau menu yang pernah disajikan di *coffeeshop* lainnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diupayakan untuk memperoleh hasil yang maksimal, namun pada kenyataannya dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan-kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini terkait dengan jumlah sampel yang hanya terbatas pada 10 *coffeeshop* Yogyakarta, agar bisa digeneralisasikan untuk ruang lingkup

yang lebih luas, maka dapat dilakukan penelitian yang melibatkan lebih banyak sampel dengan harapan dapat menyelesaikan masalah yang timbul secara lebih baik dan menyeluruh.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola *Coffeeshop* Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas ditinjau dari aspek kebaruan (*novelty*) *coffee presentation* dinilai dalam kategori kurang baik (90,0%), oleh karena itu pengelola *coffeeshop* disarankan untuk meningkatkan *aspek kebaruan dengan cara menyajikan menu minuman kopi lebih dari satu jenis*, proses penyajian minuman kopi menggunakan teknik yang baru (tidak biasa), penyajian *latte art* minuman kopi menggunakan teknik *etching* (menggambar dengan pena *latte art*) dan *latte art* tiga dimensi, dan minuman kopi disajikan dengan konsep peralatan hidang (bentuk gelas) yang baru. Langkah-langkah ini diharapkan mampu meningkatkan kreativitas *coffee presentation* khususnya pada aspek kebaruan (*novelty*), sehingga dapat menarik minat konsumen dan pada akhirnya nilai penjualan dapat meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kreativitas dan kualitas *Coffee Presentation* di usaha jasa boga *coffeeshop* Yogyakarta, misalnya melalui

wawancara dan angket mendalam terhadap pengusaha dan karyawan *coffeeshop*, sehingga peneliti dapat lebih menggali informasi daripada observasi atau pengamatan yang bersifat subjektif.