**BAB VI**

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis, telah terbukti bahwa Kedai Coger telah melakukan hubungan dan mekanisme waralaba yang baik dan sesuai dengan perspektif Islam. Adapun hubungan yang dibentuk tidak hanya dengan konsumen, namun juga terhadap *franchisee* atau mitranya dalam bentuk dukungan penuh dan kebebasan untuk berkreativitas dalam konsep, walaupun dalam rasa dan kualitas tetap terkendali. Konsep kopi ikhlas tidak hanya sekadar konsep atau jargon semata, tapi juga menjadi suatu *branding* yang sangat kuat dari Kedai Coger.

Para *stakeholder* dari Kedai Coger, termasuk *franchisee* mempunyai andil yang besar dalam mengembangkan Kedai Coger di masing-masing daerahnya. Selain itu, peran Kedai Coger tidak hanya sebagai bisnis yang berorientasi pada keuntungan, namun juga sebagai pemberi dampak yang baik bagi lingkungan sekitarnya, sebagaimana visi dari Kedai Coger yaitu menjadi roda penggerak bagi masyarakat, khususnya bagi umat Islam.

1. **Keterbatasan**

Ketika melakukan penelitian ini, tidak sedikit kendala dan keterbatasan yang terjadi. Akibatnya adalah terhambatnya proses pengambilan data serta analisa data. Kemudian, realisasi penelitian ini tidak sesempurna ekspektasi yang telah diharapkan oleh peneliti dalam menyusun laporan ini. Adapun berbagai kendala yang membatasi jalannya penelitian ini, antara lain:

* + - 1. Jarak yang terpaut jauh antara peneliti dengan beberapa informan, termasuk narasumber utama yang sedang mengerjakan proyek di Garut, dimana sebelumnya direncanakan wawancara di Bandung.
      2. Karena kesibukan tersebut, maka peneliti sedikit mengalami kesulitan dalam berkomunikasi dengan narasumber, terutama dalam menentukan jadwal wawancara.
      3. Peneliti mengalami perubahan narasumber, khususnya pada awalnya peneliti menginginkan Pak Steven Indra Wibowo sebagai narasumber utama, namun kesibukan beliau merupakan penghambat utama untuk melanjutkan wawancara dengan beliau. Sehingga dari pihak Kedai Coger pusat memberikan solusi agar peneliti melakukan wawancara dengan Mas Nuga Nugraha selaku Marketing dari Kedai Coger pusat.
      4. Peneliti tidak bisa mengambil seluruh sampel dari cabang Kedai Coger lainnya karena faktor waktu dan jarak, maka itu peneliti hanya mengambil dari tiga sampel cabang yang memiliki konsep, penerapan, waktu pembukaan serta pengalaman yang cukup berbeda-beda.
      5. Peneliti sempat mengalami perubahan subjek penelitian, karena tidak kooperatifnya subjek sebelumnya. Perusahaan tersebut juga dikenal sebagai kemitraan dengan sistem beli lepas.
      6. Peneliti kesulitan mencari sumber data sekunder lainnya, selain dari sosial media dan laman web resmi Kedai Coger.

1. **Saran**

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan untuk mengembangkan penelitian ini, antara lain:

* + - 1. Bagi Kedai Coger agar terus mengembangkan bisnisnya dengan cara-cara yang lebih inovatif tanpa perlu menghilangkan jati dirinya sebagai pionir kedai kopi seikhlasnya.
      2. Bagi Kedai Coger agar terus meningkatkan hubungan dan dukungan secara penuh terhadap *franchisee*-nya.
      3. Bagi regulator agar mengeluarkan peraturan yang jelas terkait waralaba yang sesuai dengan hukum syariah.
      4. Bagi pelaku bisnis lainnya agar melaksanakan persaingan secara sehat dan berdasarkan etika bisnis yang berlaku.