

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini dibahas mengenai kesimpulan yang diperoleh serta saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Berikut merupakan kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pengolahan data yang sebelumnya sudah dipaparkan, maka terdapat beberapa kesimpulan yang telah didapat. Berikut merupakan kesimpulan dari perancangan bisnis.

1. Bisnis yang dijalankan oleh Kopi Duwara belum memiliki segmentasi pelanggan yang spesifik, sehingga target pelanggan yang dituju menjadi kurang jelas. Hal ini berdampak pada tujuan pemasaran yang dilakukan oleh Kopi Duwara menjadi sulit untuk tercapai, sehingga dapat menjadi salah satu faktor dari target penjualan yang belum tercapai.
2. Usulan perancangan model bisnis untuk Kopi Duwara yang diberikan berdasarkan *business model canvas* yang telah disusun adalah Kopi Duwara perlu membuat lebih spesifik segmentasi pelanggan, memiliki alternatif *supplier*, mengikuti perkembangan media sosial dan aktif menggunakan media sosial serta lebih interaktif dan konsisten dalam membuat konten pada media sosial yang digunakan. Kopi Duwara juga perlu untuk menambahkan *partners* dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu, Kopi Duwara perlu membuat desain tampilan pada *platform* penjualan yang digunakan serta desain kemasan dan *packaging* yang digunakan serta apabila memungkinkan Kopi Duwara dapat membuka toko *to go*. Kopi Duwara juga memiliki tambahan biaya yang perlu dikeluarkan, yaitu biaya untuk promosi. Selanjutnya Kopi Duwara perlu memiliki variasi jenis promosi yang ditawarkan. Promosi yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan tawaran promosi berupa diskon produk,

*bundling* produk, melakukan iklan dengan *paid promote*, melakukan Instagram *ads*, serta dengan membuat konten pada media sosial.

## V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diberikan saran untuk pihak Kopi Duwara ataupun untuk penelitian serupa berikutnya. Berikut merupakan saran yang diberikan.

1. Sebaiknya Kopi Duwara dapat melaksanakan strategi promosi seperti yang diusulkan pada *business model canvas* untuk dapat lebih memperkenalkan Kopi Duwara, sehingga dapat menambah *awareness* dari masyarakat.
2. Sebaiknya dilakukan evaluasi secara berkala terkait dengan perancangan bisnis yang diberikan agar Kopi Duwara dapat menyesuaikan dengan kondisi yang sesungguhnya terjadi.
3. Sebaiknya apabila sudah tidak terjadi pandemi dilakukan kembali evaluasi terkait dengan perancangan bisnis Kopi Duwara untuk identifikasi kondisi bisnis yang dijalankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. N. (2020). "Deep Tech Tumbasin Step-by-Step Mengisi Business Model Canvas Dari Mana Startup & Tech Company " Making Money "" , 03(September).
- Arief, A. B. (2019). Analisis Rencana Bisnis Pada Cafe (Studi pada Warkop Brewok di Jl. Kedawung, Malang).
- Arief, A. M. (2021). "Pertumbuhan Sektor Mamin 2020 Diprediksi 1-2 Persen". Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210103/257/1338004/pertumbuhan-sektor-mamin-2020-diprediksi-1-2-persen>.
- Baumassepe, A. N. (2017). Business Model bagi Mahasiswa Program Wirausaha, (September), 0–22.
- Boone, L. E., dan Kurtz, D. L. (2011). *Contemporary Business*. (14th, Ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Business Model Toolbox. (n.d.). Di dalam *Business Model Canvas*. Diakses dari <https://bmttoolbox.net/tools/business-model-canvas/>.
- Chaffey, D. (2021). *Introducing the OGSM model framework*. Diakses dari <https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/ogsm-model-framework/>.
- Chiquito, L., dan Wijayangka, C. (2020). Analisis Bisnis Model Kanvas Pada Kedai Kopi Neal Bekasi, 7(2), 6025–6032.
- Desandro. (2019). Perencanaan Usaha Cafe Bus di Dago, kota Bandung. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Freelibrary. (n.d.). Di dalam *Business Resource and Innovation Center*. Diunduh dari <https://libwww.freelibrary.org/assets/pdf/programs/bric/value-proposition-canvas.pdf>.
- GoBiz. (2019). "Tren Bisnis Kopi dan Perkembangannya". Diakses dari <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/tren-bisnis-kopi/>.
- International Coffee Organization. (2021). *World Coffee Consumption*.
- Ishak, M. (2021). "10 Juta Pengguna Aktif TikTok di Indonesia Menjadi Target Market Yang Bagus untuk Memasarkan Produk UKM". Diakses dari <https://smesco.go.id/berita/program-maju-bareng-tiktok>.
- Kasmir, dan Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.

- Kastelle, T. (2012). di dalam *The Discipline of Innovation. Eight Models of Business Models, & Why They're Important*. Diakses dari <http://timkastelle.org/blog/2012/01/eight-models-of-business-models-why-theyre-important/>.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2017). *Peluang Usaha IKM Kopi*.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Mulyatiningsih, E. (2011). *Riset Terapan Bidang Pendidikan dan Teknik*. (A. Nuryanto, Ed.). Yogyakarta: UNY Press.
- Munawaroh, M., Rimiati, H., dan Hindasah, L. (2016). *Perencanaan Bisnis. Lp3M Umy*.
- Mutia, A. (2021). Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2014). *Value Proposition Design : How to Create Products and Services Customers Want*. John Wiley & Sons, Inc.
- Pride, W. M., dan Ferrell, O. C. (2014). *Marketing*. South-Western, Cengage Learning ALL.
- Porter, M. E. (2008). *Strategy Strategy the Five Competitive*. *Harvard Business Review*, 86(January), 78–94.
- Ramelan, M. (2021). Evaluasi Strategi Bisnis Kedai Kopi Neira Dengan Pendekatan Bisnis Model Kanvas. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 17(1), 54. doi:10.30742/equilibrium.v17i1.1201.
- Rangkuti, F. (2005). *Business Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta, Indonesia: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Republika. (2021). "Kominfo: Pengguna Internet Indonesia Terbesar Ke-4 di Dunia". Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/qv56gb335/kominfo-pengguna-internet-indonesia-terbesar-ke4-di-dunia>.
- Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis. Pustaka Setia*. Bandung.
- Thompson, A.A., Strickland, A.J., Peteraf, M.A., dan Gamble, J. E. (2016). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage, Concepts and Readings*. McGraw Hill.