

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari keseluruhan proses penelitian yang dilakukan dan saran untuk tim Porsee maupun peneliti berikutnya. Kesimpulan pada bab ini akan menjawab rumusan masalah yang telah dirancang pada awal penelitian. Berikut merupakan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

V.1 Kesimpulan

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini. Kesimpulan ini akan menjawab rumusan masalah yang telah dirancang pada awal penelitian. Berikut akan dipaparkan kesimpulan dari penelitian ini.

1. Terdapat ketidak sesuaian antara *problem* dengan *solution* dari *Lean Canvas* awal Porsee. Dengan menggunakan *test card* telah diuji *problem* yang dihadapi dengan menggunakan asumsi, dan semua asumsi awal pada blok *problem* tersebut tidak memiliki kecocokan dengan konsumen. Hal ini menandakan bahwa seluruh segmen pasar mewakili asumsi yang tidak valid yang ditentukan oleh tim Porsee. Sehingga berikutnya dilakukan survey menggunakan *net promoter score* untuk merancang *Lean Canvas* yang baru sesuai dengan *problem* yang dihadapi oleh konsumen dan diperoleh nilai NPS sebesar 33.32% yang dapat diartikan bahwa tingkat kecocokan antara produk Porsee dengan konsumen sudah cukup baik.
2. Perancangan *Lean Canvas* usulan berdasarkan *problem* yang sesuai dengan konsumen Porsee telah tervalidasi dengan menggunakan *test card* dan melakukan survey *net promoter score* serta melakukan wawancara dan *focus group discussion* dengan anggota tim Porsee. Perancangan *Lean Canvas* ini utamanya menggunakan *problem* yang dihadapi oleh konsumen Porsee dan *solution* yang diberikan Porsee untuk konsumen tersebut.

V.2 Saran

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai saran yang akan diberikan pada penelitian ini. Saran ini juga ditunjukkan untuk tim Porsee sebagai perbaikan dan masukkan kedepannya dan juga peneliti berikutnya. Berikut akan dipaparkan mengenai saran dari penelitian ini.

1. Diusulkan untuk Tim Porsee mempertimbangkan penggunaan *Lean Canvas* untuk mengetahui kecocokan produk dan pasar serta melakukan perbaikan produk sesuai dengan kebutuhan pasar.
2. Diusulkan untuk Tim Porsee dapat mempertimbangkan segmen lain untuk penjualan produk seperti mahasiswa dan membuat produk yang cocok untuk segmen tersebut serta melakukan survey kembali untuk segmen-segmen berikutnya.
3. Saran ditunjukkan kepada peneliti berikutnya untuk melakukan uji *product market fit* dengan metode lain dan tidak hanya menggunakan metode *net promoter score*.

DAFTAR PUSTAKA

- B2B International . (2023). "Net Promoter Score (NPS).", <https://www.b2binternational.com/what-we-do/customers/net-promoter-score-nps/>
- Bland, D. J., & Osterwalder, A. (2019). "Testing Business Ideas : A Field Guide for Rapid Experimentation.", <https://www.strategyzer.com/test>
- Bland, D. J., & Osterwalder, A. (2019). *Testing Business Ideas: A Field Guide for Rapid Experimentation*.
- databoks.katadata.co.id. (2022, September 21). "databoks.katadata.co.id.", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/21/mengapa-banyak-bisnis-startup-gagal-ini-penyebabnya>
- Dort, B., & Blank, S. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*.
- FAO. (2015). "Sustainability Pathways.", <https://www.fao.org/nr/sustainability/food-loss-and-waste/en/#:~:text=Food%20loss%20refers%20to%20the,levels%2C%20mostly%20in%20developed%20countries.>
- Finansialku. (2021, August 12). "Masak Sendiri atau Beli Makanan Cepat/Siap Saji?", <https://www.finansialku.com/masak-sendiri-atau-beli-makanan-cepat-siap-saji-21081205/>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Halodoc. (2018, April 4). "7 Alasan Makanan Cepat Saji Tidak Baik dan Sehat.", <https://www.halodoc.com/artikel/7-alasan-makanan-cepat-saji-tidak-baik-dan-sehat>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- LeanStack. (2018). "A Lean Canvas is NOT Enough to Replace a Business Plan.", <https://leanstack.com/lean-canvas>
- linovHR. (2021, June 8). "Apa yang dimaksud dengan Lean Canvas?", [linovhr.com: https://www.linovhr.com/lean-canvas/](https://www.linovhr.com/lean-canvas/)

- Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works (Lean Series)*. O'Reilly Media.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Populix. (2020). "<https://info.populix.co/>", <https://info.populix.co/articles/penyebab-utama-start-up-bangkrut/>
- Reichheld, F. (2006). *The Ultimate Question : Driving Good Profits and True Growth*. Harvard Business School Press.
- Reichheld, F. (2011). *The Ultimate Question 2.0 (Revised and Expanded Edition): How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World*. Harvard Business Review Press.
- retently. (2023, May 18). "*What is a Good Net Promoter Score? (2023 NPS Benchmark)*", <https://www.retently.com/blog/good-net-promoter-score/>
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*.
- Stanton, W. J. (1993). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill Education (ISE Editions).
- Strategyzer. (2016). "*What is a Business Model?*", <https://www.strategyzer.com/blog/what-is-a-business-model>
- Strategyzer. (2016). "*Why Companies Fail & How To Prevent It.*", <https://www.strategyzer.com/blog/posts/2016/6/20/why-companies-fail-how-to-prevent-it>
- Strategyzer. (2020). "*The Value Proposition Canvas.*", <https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas>
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*.