

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, dilakukan penjelasan mengenai kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang dilakukan dan saran untuk Tim Porsee maupun peneliti selanjutnya. Kesimpulan dari penelitian ini akan menjawab perumusan masalah pada awal penelitian. Berikut ini merupakan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

V.1 Kesimpulan

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai kesimpulan dari penelitian ini. Kesimpulan akan menjawab perumusan masalah di awal penelitian. Berikut akan dipaparkan mengenai kesimpulan dari penelitian dibawah berikut.

1. Adanya ketidak kesesuaian antara proposisi nilai Porsee dengan pasar Porsee yang telah di uji oleh test card. Dalam pengujian value proposition canvas Porsee menggunakan test card didapatkan 4 dari 5 pengujian asumsi pada value proposition canvas 80% responden tidak cocok dengan asumsi yang telah dirancang, hal ini menandakan bahwa 80% responden mewakili pasar bahwa tidak validnya asumsi yang diangkat Porsee dengan opini atau preferensi pasar. Sehingga dirancang sebuah value proposition canvas baru yang sudah memiliki kesesuaian dengan pasar Porsee, hal ini di uji dengan net promoter score yang dapat mengukur tingkat kecocokan dari produk Porsee dengan pasar. Didapatkan hasil nilai survei NPS bernominal 38% yang mengartikan bahwa tingkat kecocokan produk dan pasar Porsee sudah cukup baik.
2. Telah dirancang usulan model bisnis berdasarkan kesesuaian proposisi nilai dengan pasar Porsee yang sudah tervalidasi dengan *test card* dan *net promoter score* serta melakukan pengambilan data secara kualitatif dan kuantitatif kepada konsumen dan tim Porsee. Perancangan model bisnis ini menggunakan proposisi nilai dan pasar sebagai fondasinya dalam perancangan blok-blok lainnya di *business model canvas*.

V.II Saran

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai saran dari penelitian ini. Saran ini ditunjukkan kepada Tim Porsee sebagai usulan perbaikan dan juga peneliti selanjutnya. Berikut akan dipaparkan mengenai saran dari penelitian dibawah berikut.

1. Saran ditunjukan untuk Porsee dimana di usulkan berupa VPC dan BMC usulan yang dapat dipertimbangkan melakukan *pivot* bisnis sesuai dengan yang di usulkan
2. Saran ditunjukan untuk Porsee dimana diperlukannya validasi terhadap calon potensi pasar baru yaitu Mahasiswa dan melakukan uji *net promoter score* lagi bila *attraction* dari Porsee sudah meningkat
3. Saran ditunjukan oleh peneliti berikutnya dimana dapat di uji *business model fit*-nya dalam penelitian berikutnya
4. Saran ditunjukan kepada peneliti selanjutnya dimana dapat dilakukan uji *product market fit* dengan metode lain tidak hanya menggunakan metode NPS

DAFTAR PUSTAKA

- CNBC Indonesia. (n.d.). *Kenapa Banyak Startup Besar Gagal di RI*. Retrieved from cncbindonesia.com: [https://www.cncbindonesia.com/tech/20220602072033-37-343573/kenapa-banyak-startup-besar-gagal-di-ri-ini-alasannya#:~:text="Selain%20itu%2C%20menurut%20laporan%20dari,CNBC%20Indonesia%20melalui%20pesan%20singkat](https://www.cncbindonesia.com/tech/20220602072033-37-343573/kenapa-banyak-startup-besar-gagal-di-ri-ini-alasannya#:~:text=).
- Databoks. (n.d.). *Kekurangan Biaya, Penyebab Utama UMKM Tutup Usaha saat Pandemi Covid-19*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/kekurangan-biaya-penyebab-utama-umkm-tutup-usaha-saat-pandemi-covid-19#:~:text=Sebanyak%2030%2C%25%20responden%20menutup,karena%20kesulitan%20mengakses%20keuangan%20internal>
- David, B. J., & Alex, O. (2020). *Testing Business Idea*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Digital, 1. S.-u. (2022). *Rintis startupmu bersama mentor & praktisi digital*. Retrieved from <https://1000startupdigital.id>: <https://1000startupdigital.id>
- Finansialku. (n.d.). *Masak Sendiri atau Beli Makanan Cepat/Siap Saji?* Retrieved from finansialku.com: <https://www.finansialku.com/masak-sendiri-atau-beli-makanan-cepat-siap-saji-21081205/>
- Fontana, A. (2007). *The Interview From Formal to Postmodern*. California: Left Coast Press.
- Halodoc. (n.d.). *Anak Sering Jajan Berlebihan, Ketahui 3 Bahayanya*. Retrieved from halodoc.com: <https://www.halodoc.com/artikel/anak-sering-jajan-berlebihan-ketahui-3-bahayanya>
- Hennink, M. M. (2014). *Focus Group Discussions Understanding Qualitative Research*. Oxford: Oxford University Press.
- Keller, P. K. (2012). *Marketing Management 14th*. New Jersey.
- Knapp, J. (2016). *Sprint how to solve big problems and test new ideas in just five days*. San Fransisco : John Zeratsky.
- Kominfo. (2020, Januari 31). *Gerakan 1.000 Startup Digital*. Retrieved from kominfo.go.id: <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/gerakan-1-000-startup-digital/>
- Osterwalder, A. (2014). In *Value Proposition Design* (p. 290). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation . In A. Osterwalder, & Y. Pigneur, *Business Model Generation* (p. 278). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Pluijm, E. V. (2016). *Design a Better Business*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Punch, K. F. (2003). *Survey Research The Basics*. London: Sage Publication Ltd.

Reichheld, F. (2011). *The Ultimate Question 2.0 How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World*. Boston: Harvard Business School .

Retently. (2022). *What is a good NPS Score? (2022 NPS Benchmark)*. Retrieved from Retently: <https://www.retently.com/blog/good-net-promoter-score/#:~:text=A%20score%20between%20%20and,happy%20customers%20than%20unhappy%20ones>.

Strategyzer. (2016, June 20). *A simple framework to avoid failure*. Retrieved from Strategyzer.com: <https://www.strategyzer.com/blog/posts/2016/6/20/why-companies-fail-how-to-prevent-it>

Wee, H. M., & Wu, S. (2009). *Lean supply chain and its effect on product cost and quality: a case study on Ford Motor Company*.