

BAB VI

PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Patua Kopi, diperoleh kesimpulan bahwa rekomendasi model bisnis baru berdasarkan elemen- elemen pada *Business Model Canvas* yaitu: *customer segment* yaitu dengan meningkatkan kerja sama dengan retailer. Selanjutnya perbedaan terdapat pada elemen *value proposition* menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Perbedaan yang lain terdapat pada *channel* yaitu melakukan promosi melalui pemanfaatan teknologi informasi. Patua Kopi sampai sekarang belum terlalu aktif melakukan pemasaran dan promosi melalui media online, melihat kondisi saat sekarang ini hampir semua kalangan menggunakan sosial media seperti Facebook, Instagram dan Tiktok. Perbedaan yang lain terdapat pada *key resource* yaitu mendirikan kedai kopi yang mudah dijangkau, meningkatkan kapasitas produksi dan menambah jumlah karyawan. Perbedaan selanjutnya terdapat pada elemen *key partnership* yaitu meningkatkan serta menjaga hubungan dengan mitra kerja, hal ini dilakukan agar Patua Kopi dapat mengembangkan bisnisnya dalam cakupan yang lebih luas sehingga mudah untuk melakukan promosi dan pemasaran. Perbedaan yang terakhir terdapat pada elemen *revenue stream* yaitu menetapkan pemesanan dan pembayaran diawal.

6.2 Saran

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian hingga tahap implementasi terhadap model bisnis baru yang digambarkan pada *Business Model Canvas* usulan agar mengetahui capaian dari strategi yang telah diterapkan oleh perusahaan yang diteliti. Selanjutnya, dalam menentukan rancangan strategi pada tahapan keputusan, peneliti dapat menambahkan penggunaan matriks *Boston Consulting Group*, *Grand Strategy Matrix*. Perancangan model bisnis lebih lanjut dapat dilakukan dengan menambahkan jumlah konsumen dan responden lebih banyak dari yang ada saat ini.

