

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data serta analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah:

- Adanya penurunan keuntungan bersih yang cukup signifikan antara tahun 2019 dengan tahun 2020 yakni sebesar 38,3%. Namun dengan keuntungan bersih yang diraup oleh kedai kopi X pada tahun 2019 dan 2020 yakni 34,97% dan 37,86% dari omset keseluruhan, angka tersebut masih berada diatas target keuntungan bersih yang ditetapkan oleh pihak kedai kopi yakni sebesar 20-25% per tahun.
- Untuk model bisnis saat ini, *key partners* dari kedai kopi X adalah pemilik dan *supplier*. *Key activities* yang dilakukan adalah pembuatan menu makanan dan minuman. *Value Propositions* yang ditawarkan adalah ide dan resep orisinal yang dikembangkan sendiri serta tempat yang luas dan *semi outdoor* dengan konsep yang berbeda. *Customer relationships* yang dijalankan adalah *marketing* melalui media sosial seperti instagram, konsistensi dalam produk dan peningkatan kualitas pelayanan serta mencari tahu apa yang menjadi penyebab customer tidak datang kembali. *Customer segments* yang dituju adalah *customer* berusia 17-40 tahun. *Key resources* yang dimiliki adalah bahan baku, pegawai, listrik, air, dll.. *Channels* yang digunakan adalah media sosial seperti *Instagram* dan *Google Review*. *Cost structure* berisi neraca keuangan dan laporan laba rugi. *Revenue streams* diperoleh dari hasil penjualan kedai kopi dan adanya sewa tempat 'Kayu Tua Ukulele'.
- Untuk model bisnis usulan, komponen *value propositions*, *cost structure*, dan *revenue streams* tidak berubah. Untuk komponen lainnya diberikan penambahan dan pengembangan dari model bisnis saat ini, yang diantaranya

adalah *key partners* dari kedai kopi X adalah pemilik, *supplier*, dan *customer* kedai kopi. *Key activities* yang dilakukan adalah kreasi menu baru dan promo-promo menarik melalui media sosial, dan menonjolkan kelebihan kedai kopi X secara tempat dan fasilitas. *Value Propositions* yang ditawarkan adalah ide dan resep orisinil yang dikembangkan sendiri serta tempat yang luas dan *semi outdoor* dengan konsep yang berbeda. *Customer relationships* yang dijalankan adalah meraih konsumen dan berkomunikasi untuk menjalin hubungan melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Google Review* dan konsistensi dalam produk serta peningkatan kualitas pelayanan. *Customer segments* dari kedai kopi X adalah mahasiswa, wiraswasta, maupun pegawai kantor yang berusia 18-30 tahun. *Key resources* yang dimiliki adalah bahan baku, pegawai, listrik, air, dll. serta biaya operasional dan biaya promosi. *Channels* yang digunakan adalah media sosial seperti *Instagram* dan *google review* serta melakukan kegiatan promosi menggunakan fitur dari *Instagram Ads*. *Cost structure* berisi neraca keuangan dan laporan laba rugi. *Revenue streams* diperoleh dari hasil penjualan kedai kopi dan adanya sewa tempat 'Kayu Tua Ukulele'.

- Strategi bauran pemasaran yang diusulkan meliputi peningkatan kualitas pelayanan untuk layanan berjualan secara daring serta memberikan promo menarik dan eksklusif yang hanya tersedia apabila melakukan transaksi secara daring, mengubah tampilan buku menu menjadi lebih jelas dengan tambahan visualisasi produk dan deskripsinya baik secara fisik yakni buku menunya maupun digital seperti di *Go-Food*, melakukan penyesuaian porsi makanan dan minuman maupun penyesuaian untuk harganya, memberikan *briefing* untuk setiap pegawai dan barista kedai kopi X mengenai setiap produk, komposisi, dan penyajian serta berlaku untuk produk yang telah ada sekarang maupun produk baru di kemudian hari, mempercepat pembuatan makanan dan minuman, atau berikan informasi mengenai estimasi waktu tunggu kepada konsumen, menyewa lahan tambahan apabila memperluas lahan yang sudah tersedia tidak dimungkinkan, melakukan pembersihan toilet dan pengecekan ketersediaan tisu dan air secara rutin, dan menambah ventilasi berupa kipas untuk angin keluar maupun lubang udara pada *smoking area*.

6.2 Saran

Saran merupakan usulan atau pendapat untuk kedai kopi X disamping hasil penelitian saat ini, sebagai masukan dari penulis untuk kedai kopi X di masa yang akan datang. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh penulis:

- Memperjelas kriteria responden untuk penelitian lebih lanjut.
- Meneliti tentang proses bisnis dan strategi penjualan dari kedai kopi X.

