

BAB V Kesimpulan, Implikasi Dan Rekomendasi

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi model bisnis dalam menunjang pemasaran kopi Aming Pontianak, dengan menganalisis bagaimana keterkaitan antara inovasi model bisnis wisata dengan bisnis awal kopi Aming, menganalisis bagaimana kegiatan pemasaran yang dilakukan pada bisnis wisata kedai kopi Aming dan menganalisis pengalaman yang dirasakan pada wisatawan selama berkunjung ke kedai kopi Aming Pontianak. Berdasarkan temuan dan hasil penelitian, didapatkan kesimpulan dari setiap pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Berdasarkan hasil temuan 1, dengan melakukan wawancara kepada pemilik sekaligus pendiri kedai kopi Aming mengenai keterkaitan dari inovasi model bisnis wisata berupa kedai kopi dengan bisnis awal kopi berupa kopi bubuk, dimana menganalisis model bisnis dari bisnis wisata dengan menggunakan 9 blok bagian pada model bisnis canvas oleh Osterwalder dkk., (2010) sebagai data sekunder yang berisikan segmentasi pelanggan, proporsisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, kegiatan utama, mitra utama dan struktur biaya. Dengan tujuan akhir untuk menganalisis jenis inovasi model bisnis apa yang diterapkan, dengan pengidentifikasian melalui jenis inovasi model bisnis oleh Geissdoerfer dkk., (2018).

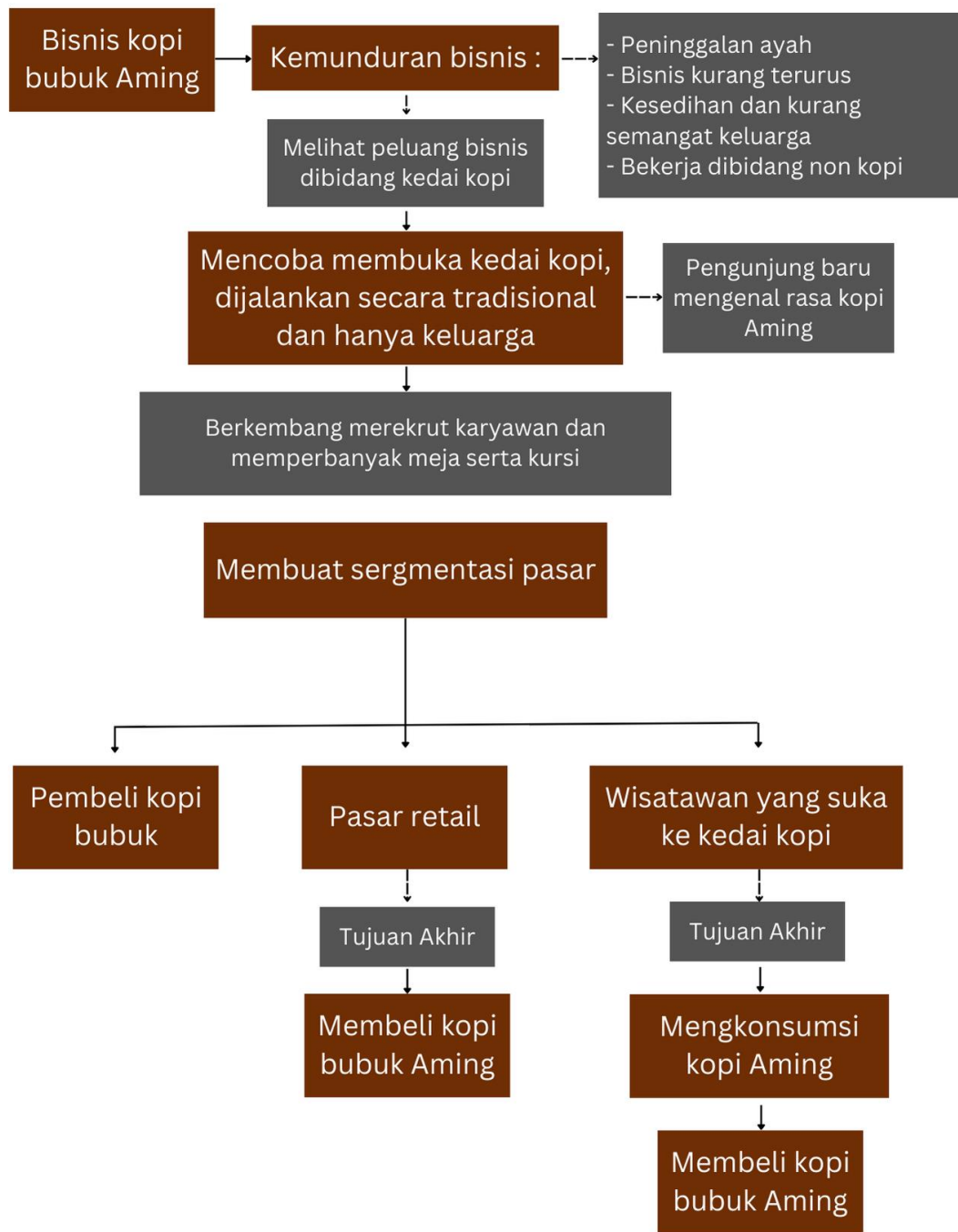
Dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa hasil analisis ini menunjukkan bahwa bisnis kopi Aming melakukan jenis inovasi model bisnis berupa diversifikasi model bisnis, dilihat dari pengelolaan bisnis kopi bubuk dan bisnis wisata kedai kopi dilakukan secara terpisah. Dalam analisis model bisnis menemukan bahwa bisnis wisata kedai kopi Aming mengutamakan konsep tradisional dari konsep tempat hingga penyajian pada kopinya.

Pada hasil temuan 2, dengan melakukan wawancara kepada 15 wisatawan yang sedang berkunjung ke kedai kopi Aming mengenai pengalaman mereka selama berkunjung ke kedai kopi Aming Pontianak. Dimana menggunakan orkestra

pengalaman wisatawan yang berisikan pengalaman akan komponen sensoris, komponen afektif, komponen kognitif, komponen perilaku, dan komponen hubungan.

Dari hasil temuan pengalaman wisatawan selama berkunjung ke kedai kopi Aming Pontianak, ditemukan bahwa wisatawan melihat kedai kopi Aming masih menggunakan konsep tradisional baik dalam tema kedai kopi yang masih seperti warung kopi dan bukan seperti kedai kopi modern lainnya, dan pada kegiatan pelayanannya yang masih menghampiri meja wisatawan sehingga wisatawan tidak perlu mengantri di kasir. Selanjutnya dari pengalaman wisatawan terhadap rasa kopi Aming, semua wisatawan mengatakan rasa kopi Aming yang kuat dan cukup asam.

Penelitian ini menemukan bahwa kegiatan inovasi model bisnis yang dilakukan berupa diversifikasi model bisnis berupa pembuatan bisnis wisata kedai kopi dapat menunjang pemasaran kopi Aming. Dari hasil wawancara banyak wisatawan yang membeli kopi bubuk Aming setelah mengunjungi kedai kopi Aming. Temuan ini didapat dari partisipan yang membeli kopi bubuk Aming untuk suguhan tamu, untuk ngopi dirumah, dan untuk oleh-oleh. Hal ini membuktikan bahwa kedai kopi Aming dapat menunjang pemasaran kopi Aming Pontianak. Berikut bagan penjelasan penemuan pada penelitian :



5.2 Implikasi Dan Rekomendasi

Penelitian ini hanya bertujuan untuk eksplorasi awal yang menggunakan bisnis model canvas sebagai alat bantu dalam menganalisis model bisnis pada kegiatan inovasi model bisnis yang dilakukan oleh bisnis wisata kedai kopi Aming Pontianak.

Pada penelitian selanjutnya peneliti memberi saran untuk memfokuskan model bisnis canvas sebagai fokus pada penelitiannya.

Saran untuk bisnis wisata Aming kopi untuk tetap mempertahankan konsep tradisional. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dapat dilakukan pada bisnis wisata dibidang lain. Sehingga bisnis wisata yang mungkin sedang mengalami penurunan dapat mulai membangkitkan bisnisnya kembali melalui kegiatan inovasi pada model bisnisnya.