BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Nata Cafe dalam menjalankan usahanya masih berada pada tahap awal pengembangan sehingga belum memiliki model bisnis yang tersusun secara sistematis. Padahal, kondisi usaha menunjukkan adanya tantangan berupa tingginya persaingan bisnis kafe di Makassar yang menuntut strategi pengembangan yang lebih terarah. Dengan demikian, penelitian ini menerapkan Business Model Canvas sebagai pendekatan awal untuk memetakan sembilan elemen utama model bisnis Nata Cafe, meliputi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra utama, serta struktur biaya.

Setelah dilakukan pemetaan model bisnis awal, kemudian dilanjutkan dengan analisis SWOT guna mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa Nata Cafe memiliki kekuatan pada kualitas produk dan suasana kafe yang nyaman, peluang pada tren konsumsi kopi dan gaya hidup anak muda, namun di sisi lain menghadapi kelemahan pada promosi yang belum optimal serta ancaman dari kompetitor. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menghasilkan rancangan *Business Model Canvas* rekomendasi yang memuat strategi penguatan promosi digital, menjalin kemitraan strategis dengan pemasok dan komunitas, serta melakukan inovasi produk berkelanjutan. Rancangan *Business Model Canvas* akhir ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi Nata Cafe dalam mengoptimalkan model bisnisnya dan meningkatkan daya saing di pasar yang dinamis dan kompetitif.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang dikemukakan di atas, maka saran-saran yang dapat penulis berikan sebagai pertimbangan pada Nata Cafe.

1. Nata Cafe sebaiknya mulai membangun kemitraan strategis dengan pemasok lokal untuk memastikan ketersediaan bahan baku yang konsisten dan efisien. Hal ini penting untuk menjaga kualitas produk serta menekan biaya operasional di tengah persaingan yang semakin ketat. Keberadaan mitra tetap juga dapat membantu stabilitas pasokan ketika permintaan meningkat.
2. *Owner* Nata Cafe disarankan untuk memperkuat identitas *brand* agar mampu bersaing dengan kafe lain di sekitar lokasi. Ini dapat dilakukan dengan membangun citra yang khas melalui desain interior, pelayanan barista, hingga pendekatan visual di media sosial. Strategi ini juga akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi di pasar.
3. Nata Cafe perlu merancang sistem operasional yang tidak terlalu bergantung pada *owner*. Dibutuhkan penyusunan *jobdesk* yang jelas serta SOP untuk setiap aktivitas kerja, sehingga kegiatan operasional dapat berjalan stabil dan profesional meskipun tanpa keterlibatan langsung dari *owner* setiap saat.
4. Disarankan agar Nata Cafe melakukan evaluasi berkala terhadap model bisnisnya, terutama setelah penerapan *Business Model Canvas* ini. Evaluasi tersebut penting untuk menyesuaikan strategi bisnis dengan perubahan pasar, preferensi konsumen, maupun dinamika kompetitor, sehingga Nata Cafe tetap relevan dan kompetitif.