

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan beberapa hal penting terkait model bisnis *Borutulang Coffee*:

1. *Borutulang Coffee* merupakan usaha mikro yang tumbuh dengan mengandalkan kekuatan identitas lokal Mandailing sebagai branding, value proposition berupa kopi single origin dengan cita rasa khas, suasana kedai yang nyaman, serta basis pelanggan yang dominan dari kalangan mahasiswa dan pekerja muda. Model bisnisnya dapat dipetakan melalui sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC), yang menunjukkan adanya keunggulan di sisi *value proposition*, *customer segment*, serta *key partnerships* dengan petani kopi lokal.
2. Kekuatan *Borutulang Coffee* terletak pada diferensiasi berbasis budaya lokal, loyalitas konsumen muda, serta kedekatan emosional dengan pelanggan. Namun demikian, kelemahan masih terlihat pada branding yang belum terintegrasi penuh, keterbatasan segmentasi pasar, sistem pengelolaan yang masih tradisional, ketergantungan pada pemilik, dan keterbatasan modal untuk ekspansi. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara potensi pasar yang luas dengan kapasitas usaha yang masih terbatas.
3. Penerapan *Business Model Canvas* terbukti membantu dalam merancang strategi pengembangan usaha yang lebih terarah. *Borutulang Coffee* dapat memperkuat branding berbasis identitas lokal, memperluas saluran distribusi digital, melakukan diversifikasi segmen pasar, hingga mengoptimalkan kemitraan dengan berbagai pihak. Hasil perbandingan dengan penelitian lain menunjukkan bahwa *Borutulang Coffee* berada pada fase transisi: dari kedai berbasis komunitas menuju usaha yang lebih profesional dan kompetitif.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan Borutulang Coffee adalah sebagai berikut:

1. Perlu konsistensi dalam penerapan *branding*, baik di media sosial, desain interior, maupun produk turunan seperti merchandise. Penguatan *storytelling* tentang kopi Mandailing juga penting untuk memperluas daya tarik pasar.
2. Selain mempertahankan mahasiswa dan pekerja muda, *Borutulang Coffee* dapat menggarap segmen keluarga, wisatawan, dan pekerja profesional. Upaya ini bisa dilakukan dengan menambah variasi menu, menyediakan paket oleh-oleh kopi kemasan, serta menghadirkan fasilitas ruang diskusi/meeting kecil.
3. Penggunaan teknologi digital perlu ditingkatkan, misalnya aplikasi kasir (*point of sale*), pembukuan berbasis *software* sederhana, hingga promosi melalui *platform digital*. Hal ini akan meningkatkan efisiensi sekaligus memperluas jangkauan pemasaran.
4. Agar tidak sepenuhnya bergantung pada pemilik, *Borutulang Coffee* perlu membangun tim manajemen kecil dengan pembagian tugas yang lebih jelas, termasuk operasional, promosi, dan pengembangan produk.
5. Untuk mendukung ekspansi, pemilik usaha dapat menjajaki akses permodalan melalui koperasi, lembaga keuangan syariah, maupun investor mitra. Selain itu, inovasi menu berbasis kopi Mandailing, kolaborasi dengan UMKM lokal, serta program event kreatif akan meningkatkan nilai tambah dan memperkuat posisi *Borutulang Coffee* di pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*.  
<https://doi.org/10.31219/osf.io/juwxn>
- Affandi, F., & Nasution, M. D. (2024). *Metode Penelitian Ekonomi, Quantitative Approach* (A. Hakim & A. Sahputra, Eds.). Mafy Media Literasi Indonesia.
- Arsyad. (2022). *Ekonomi Kerakyatan dan Peran UMKM*. Kencana.
- Awaluddin, H. R. (2021). *MANAJEMEN STRARTEGIK: STRATEGI BISNIS NAIK KELAS DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS (Panduan untuk Mahasiswa, Entrepreneurs, UKM dan Start Up Pemula)*. <https://doi.org/10.31237/osf.io/rudwm>
- Candra Ahmadi, D. H. (2004). E-Business/E-Commerce. In *Dictionary of Strategy: Strategic Management A-Z*. SAGE Publications, Inc.  
<https://doi.org/10.4135/9781452229805.n231>
- Dwi, N. (2024). *Hasil Wawancara, 16 Desember 2024, Panyabungan*.
- Emzir. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (4th ed.). Jakarta, RajaGrafindo Persada.
- Fatricia, W., & Sultan, M. A. S. (2019). Implementasi Bisnis Model Kanvas dalam Perancangan Manajemen Bisnis Aplikasi JASKOST. *JURNAL ILMU MANAJEMEN DAN BISNIS*, 10(1), 93–100.  
<https://doi.org/10.17509/jimb.v10i1.15338>
- Finda Novita Adelia, Aguriandi, & Suhar. (2024). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Toko Kelontong Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Student Research*, 2(1), 142–151. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i1.1946>
- Godwin, G., Junaedi, S. R. P., Hardini, M., & Purnama, S. (2024). Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(2), 41–47.  
<https://doi.org/10.34306/abdi.v5i2.1172>
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *Penelitian Kualitatif*. Banyumas, Pena Persada.
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan SWOT Analysis

- Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Piring Seng Coffee Tunjungan Surabaya. *JOURNAL OF APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION*, 5(2), 131–142.  
<https://doi.org/10.30871/jaba.v5i2.2969>
- Hamid, A., Nasution, K. B., Siregar, R. A. S., & Tambunan, J. (2022). Development of Sharia Based Local Wisdom Business at Society of Mandailing Natal. *LAA MAISYIR: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 51–68.  
<https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v9i1.29413>
- Handayani Dewi, D., Firdaus, A., & Riandi, N. (2023). Penyuluhan dan Pendampingan Kewirausahaan dengan Analisis Business Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 2(1), 40–50.  
<https://doi.org/10.32492/dimas-undar.v2i1.2105>
- Harahap, K., B, V. S., Oroh, F. N. S., & Hamzah, Z. Z. (2024). *Bisnis Model Canvas* (1st ed.). PT Media Penerbit Indonesia.  
[http://repository.mediapenerbitindonesia.com/441/1/K\\_179\\_Bisnis\\_Model\\_Canvas.pdf](http://repository.mediapenerbitindonesia.com/441/1/K_179_Bisnis_Model_Canvas.pdf)
- Harahap, K., Suwastika, I. W. K., Mahmuddin, & Pahrul. (2024). *Perencanaan dan Pengembangan Bisnis*. PT Media Penerbit Indonesia.  
[http://repository.mediapenerbitindonesia.com/312/1/%28%20BISBN%29K\\_223\\_-\\_Perencanaan\\_dan\\_Pengembangan\\_Bisnis\\_Based\\_Case\\_Study.pdf](http://repository.mediapenerbitindonesia.com/312/1/%28%20BISBN%29K_223_-_Perencanaan_dan_Pengembangan_Bisnis_Based_Case_Study.pdf)
- Hartatik, H., & Baroto, T. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113–120.  
<https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol18.No2.113-120>
- Hidayat, W. W. (2020). *Pengantar Kewirausahaan, Teori dan Aplikasi*.  
<https://doi.org/10.31237/osf.io/ps39g>
- Hidayati, N. (2021). *Strategi Ekspor UMKM*. Pustaka Setia.
- Hindasah, L. (2022). *Perencanaan Bisnis*. polinemapress.  
<https://doi.org/10.52931/T4B17/2022>
- Huberman, A., & Miles, M. (2002). *The Qualitative Researcher's Companion*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412986274>

- Jamira, A., Febriani, Y., & Amali, M. (2021a). Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 205–214. <https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5169>
- Jamira, A., Febriani, Y., & Amali, M. (2021b). Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS*, 205–214. <https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5169>
- Kusuma, K. A. (2023). *Buku Ajar Pengantar Bisnis Digital dalam Perspektif Islam*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-070-0>
- Limawan, K., Pangestu, A. P., & Malinda, M. (2023). Penerapan Business Model Canvas dalam Membangun Bisnis Coffee Shop “Two Brothers.” *Seminar Nasional Teknik Dan Manajemen Industri*, 2(1), 136–141. <https://doi.org/10.28932/sentekmi2023.v2i1.149>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). LP2M UPN Veteran Yogyakarta Press.
- Nurul Falach, A., Mahsun, M., & Saiban, K. (2024). Kerangka Bisnis Model Canvas pada Industri Halal dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Idarotuna : Journal of Administrative Science*, 5(1), 98–110. <https://doi.org/10.54471/idarotuna.v5i1.92>
- Ong, L. (2023). Penguatan Kewirausahaan melalui Pengenalan Business Model Canvas. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 5(1), 123–131. <https://doi.org/10.32924/jscd.v5i1.73>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). Business Model Generation. *Kybernetes*, 41(5/6), 823–824. <https://doi.org/10.1108/03684921211261761>
- Parstya Saputra, I. P. M., Satriawan, I. K., & Anom Yuarini, D. A. (2023). Analisis SWOT dan Penerapan Model Bisnis Kanvas Dalam Strategi Pengembangan Usaha Speed Coffee, Tegalalang, Kabupaten Gianyar. *JURNAL REKAYASA DAN MANAJEMEN AGROINDUSTRI*, 11(2), 293. <https://doi.org/10.24843/JRMA.2023.v11.i02.p12>
- Pranoto, A. (2018). *Inovasi pada UMKM: Teori dan Praktik*. Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Rakyat.id, A. T. (2024). *Petani Kopi Kecewa, Harga Kopi Mandailing Tidak Sesuai Yang Dijanjikan*. <https://www.tanganrakyat.id/2024/09/30>. Dalam konteks pengembangan usaha kopi di Mandailing Natal, terdapat tantangan signifikan yang dihadapi oleh para petani kopi. Salah satunya adalah ketidakpuasan terhadap harga jual kopi yang tidak sesuai dengan janji yang pernah disampaikan oleh Wakil Bupati Rusdian Rauf, Syam, A., & Randy, Muh. F. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 7(1), 95–102. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v7i1.594>
- Rusliana, N., Setya Wardhani, D. C. L., & Abdul Fatah, R. H. (2023). Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemampuan Pengelolaan Keuangan terhadap Pengembangan Usaha UMKM. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(2), 130–137. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i2.5748>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (4, Ed.). Alfabeta.
- Supriyanto, -. (2012). Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/jep.v6i1.590>
- Suryana, N. K., Mubarak, A., Inten M, S., Arbain, M., & Zulfahandi, Z. (2021). *Komunikasi Bisnis: Konstruksi Teoretis dan Praktis*. Syiah Kuala University Press. <https://doi.org/10.52574/syiahkualauniversitypress.193>
- Sutrisno. (2019). *Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional*. Graha Ilmu.
- Yustianingsih, A. D., Yulianti, M., & Anjardiani, L. (2024). Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada Usaha Hatara Coffee di Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 8(3), 467. <https://doi.org/10.20527/frontbiz.v8i3.13590>
- Zurika, H., Yusrita, Andriani, D., gustina, Haloho, E., & Aditi, B. (2018). *Pengantar Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/8b23k>