

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Strategi bisnis perusahaan menunjukkan bahwa pendekatan yang cermat dan terencana dalam mengembangkan produk, membangun citra merek, menargetkan pasar sasaran, dan menjalankan kebijakan harga serta pemasaran, telah memberikan hasil positif bagi SG Food Photography. Kesuksesan ini dapat dilihat dari pencapaian tujuan bisnis, pertumbuhan pasar, dan reputasi perusahaan yang semakin kuat.

1. Apabila dilihat dari perspektif strategi bisnis, SG Food Photography telah berhasil dalam merancang dan melaksanakan sejumlah langkah strategi yang efektif, mencerminkan keberhasilan dalam mencapai tujuan bisnisnya. Terlihat jelas bahwa perusahaan telah menerapkan strategi diferensiasi dengan menonjolkan keunggulan kreatif dan pembaruan properti (*update props*). Selain itu, fokus pada kepuasan pelanggan juga menjadi bagian penting dari strategi tersebut. Meskipun demikian, ada potensi untuk mengkaji ulang dan mempertimbangkan penerapan strategi kepemimpinan biaya dan strategi kepemimpinan/diferensiasi terpadu dalam operasional bisnis. Penerapan strategi kepemimpinan biaya dapat membantu SG Food Photography untuk lebih efisien dalam pengelolaan biaya operasional, yang dapat menjadi kunci untuk meningkatkan profitabilitas. Pada saat yang sama, strategi kepemimpinan/diferensiasi terpadu dapat memberikan pendekatan yang seimbang, memanfaatkan keunggulan biaya dan ciri khas diferensiasi. Dengan mengoptimalkan strategi bisnis ini, SG Food Photography dapat mencapai keseimbangan yang lebih baik antara efisiensi operasional dan penciptaan nilai tambah bagi pelanggan. Selain itu, kajian ulang ini juga dapat membantu SG

Food Photography dalam menghadapi tantangan dan peluang yang mungkin muncul dalam lingkungan bisnis yang selalu berubah.

2. Berdasarkan identifikasi analisis *Business Model Innovation*, SG Food Photography perlu meningkatkan *value capture* dan *value network* dengan mengoptimalkan kemitraan, menambah jasa konsultan branding, dan aktif berpartisipasi dalam proyek kolaborasi serta bergabung dengan komunitas fotografi. Pada *value creation*, perusahaan perlu fokus pada pengembangan *value proposition* dengan meningkatkan kualitas hasil karya, terus memperbarui tren fotografi, dan meningkatkan keterampilan fotografer. Peningkatan strategi pemasaran melalui media sosial dan *Meta Business Suite* juga dapat mendukung visibilitas SG Food Photography. Dengan langkah-langkah strategi inovasi terbaru, SG Food Photography dapat menjadi lebih konsisten, stabil, dan relevan dalam pasar fotografi yang kompetitif.
3. Dari hasil formulasi strategi bisnis, terdapat model bisnis baru (*Business Model Innovation*) menggunakan 4 dimensi yang dapat digunakan oleh SG Food Photography sebagai solusi dalam mencapai visi dan misinya bahwa tujuan SG Food Photography adalah menyediakan kualitas gambar terbaik dengan kepuasan yang dijamin melalui layanan terjangkau serta dengan memaksimalkan fotografer berpengalaman dan peralatan profesional di balik hasil yang indah. SG Food Photography dapat memiliki fondasi yang lebih baik dengan penerapan *value proposition* dan *value creation* yang sudah optimal namun masih perlu untuk ditingkatkan dan diciptakan peluang baru. Pemanfaatan *value network* dan *value capture* dapat menunjukkan ketangguhan SG Food Photography dalam memanfaatkan teknologi dan strategi biaya sehingga strategi inovasi pengembangan bisnis yang lebih optimal diharapkan memberikan panduan yang lebih kuat untuk pertumbuhan SG Food Photography ke depannya.

5.2 Implikasi

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan maupun masukan bagi perusahaan SG Food Photography dalam mengembangkan bisnis, melalui pemanfaatan strategi bisnis dan menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi sebelumnya. SG Food Photography juga dapat mengimplementasikan strategi yang telah diberikan berdasarkan pada *Business Model Innovation*. SG Food Photography dapat memperoleh keuntungan kompetitif dengan meningkatkan inovasi, terutama dalam menciptakan citra merek yang lebih kuat dan menyesuaikan strategi dengan target pelanggan yang lebih spesifik. Menguatkan jejaring komunitas dan industri juga dapat membantu SG Food Photography membangun identitas brand yang lebih solid. Kolaborasi dengan mitra potensial dan bergabung dengan komunitas fotografi dapat membuka peluang baru. Terakhir, penggunaan *Meta Business Suite* oleh SG Food Photography juga membawa implikasi positif dalam pengelolaan pemasaran dan analisis kinerja, memberikan alat yang kuat untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Usaha

Untuk SG Food Photography dapat menggunakan model bisnis menggunakan analisis *Business Model Innovation* sebagai salah satu bentuk upaya dengan tujuan untuk mencapai visi dan misinya bahwa tujuan SG Food Photography adalah menyediakan kualitas gambar terbaik dengan kepuasan yang dijamin melalui layanan terjangkau dengan dukungan fotografer berpengalaman dan peralatan profesional di balik hasil yang indah. Untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi pada aktivitas utama yaitu bisa diterapkan langkah strategi

kepemimpinan biaya dan strategi fokus lebih untuk difokuskan lagi dalam hal pelayanan. SG Food Photography juga harus meningkatkan dan menambah SDM baru untuk fokus pada kegiatan lapangan dan menyesuaikan *job description* tim marketing untuk fokus pada aktifitas komunikasi kepada klien dan pemasaran.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini membahas mengenai inovasi strategi pengembangan bisnis pada usaha SG Food Photography. Untuk penelitian selanjutnya diperlukan penelitian berbeda terkait dengan pengaruh inovasi pengembangan bisnis terhadap minat dan keputusan pembelian. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi pengembangan bisnis ini jika berjalan akan berpengaruh terhadap sektor pendapatan.