

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Gambaran umum strategi bisnis yang di terapkan oleh Roti Kembang Haneut saat ini yaitu strategi intensif dengan memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa nyaman dan meningkatkan kualitas produk agar dapat mempertahankan konsumen menjadi pelanggan setia. Namun demikian Roti Kembang Haneut masih memiliki kelemahan yaitu kurangnya dalam mempromosikan produk melalui media sosial, kurang bervariasi pada menu dan masih terbatasnya internal sumber daya manusia (SDM), sehingga pendapatan pada Roti Kembang Haneut tidak stabil pada tahun 2021-2022.
2. Setelah mengetahui gambaran umum strategi bisnis, maka diperlukannya identifikasi strategi bisnis menggunakan dengan pendekatan BMC pada Roti Kembang Haneut. Hasil identifikasi menunjukkan terdapat empat elemen yang perlu dilakukan peningkatan strategi bisnis yaitu *value proposition* perlu menciptakan inovasi varian menu roti seperti *hotdog*, *sandwich* dan menu lainnya seiring dengan perkembangan zaman saat ini, *channel* perlu meningkatkan platform media sosial sebagai media pemasaran secara online dalam *online and social media marketing* yang ditujukan untuk berkomunikasi pada pelanggan melalui media sosial, *customer relationships* perlu menciptakan dengan memberikan kupon atau *voucher* sebagai upaya untuk mempertahankan dan menjaga hubungan dengan *customer segments*, *key activities* perlu meningkatkan teknologi seperti *instagram ads*, *facebook ads*, membuat konten *Tiktok*, *key partner* perlu meningkatkan bersama para mitra yang lebih banyak agar dapat meningkatkan penjualan roti. Sedangkan empat elemen lainnya perlu dipertahankan strateginya, yaitu *customer segment*, *revenue streams*, *key resources*, *cost structure*.
3. Formulasi strategi baru pada Roti Kembang Haneut dilakukan untuk

meningkatkan kembali volume penjualan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk melihat hal yang perlu di prioritaskan agar dapat bersaing dengan kompetitor di zona *red ocean*. Hasil formulasi strategi pada tiap elemen BMC yaitu, *value proposition*: membuat inovasi varian menu roti (*hotdog, sandwich* dan menu lainnya), *channel*: meningkatkan platform media sosial (*instagram, tiktok, facebook*), *customer relationships*: membuat voucher dan kupon *discount*, *key activities*: meningkatkan teknologi (*instagram ads, facebook ads*, membuat konten Tiktok), *key partner*: bekerja sama dengan mitra lebih banyak agar dapat meningkatkan penjualan roti

## 5.2 Implikasi

Implikasi dari hasil penelitian terkait *Business Model Canvas* pada perusahaan Roti Kembang Haneut yaitu volume penjualan yang tidak stabil. Apabila perusahaan tidak memperbaiki strategi bisnis menggunakan alat analisis BMC maka berdampak pada tingkat penjualan yang menurun. RKH perlu mengaplikasikan model bisnis BMC untuk meningkatkan volume penjualan maupun daya saing dengan perusahaan lain.

## 5.3 Rekomendasi

1. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa saran peneliti untuk Roti Kembang Haneut yaitu perlu adanya peningkatan strategi bisnis sesuai dengan rekomendasi pada setiap elemen *Business Model Canvas* (BMC). Terutama untuk meningkatkan volume penjualan pada Roti Kembang Haneut dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan peneliti merekomendasikan untuk dapat mengkaji serta mengembangkan bentuk strategi bisnis dengan mengimplementasikan sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC) dan strategi *red ocean* untuk mengetahui secara mendalam agar dapat menentukan skala prioritas dari tools analisis BMC.