

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi SBMC dapat menggambarkan keseluruhan keadaan internal dan eksternal perusahaan. Dapat menggambarkan bagaimana aktivitas utama Sobat Asik ketika pandemi. Gambaran umum strategi bisnis yang telah dilakukan oleh Sobat Asik terbilang baik, hal tersebut dapat dilihat dari strategi bisnis Sobat Asik yang telah mencakup ke dalam sepuluh elemen dalam sosial bisnis model *canvas*.

Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa strategi bisnis yang digunakan oleh Sobat Asik yaitu analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat*) tidak dapat sepenuhnya meningkatkan volume penjualan suatu bisnis. Sobat Asik belum pernah merumuskan SBMC dalam operasional bisnisnya. Hasil pemetaan kondisi bisnis Sobat Asik saat ini ditemukan telah mencakup semua elemen yang ada pada sosial bisnis model *canvas*. Dari hasil penelitian analisis sosial bisnis model *canvas* direkomendasikan perbaikan pada seluruh elemen kunci SBMC untuk meningkatkan volume penjualan dan daya saing perusahaan.

2. Bentuk SBMC Sobat Asik di masa pandemi yaitu terdiri dari 10 elemen diantaranya: *Customer segment*: toko anyaman, toko buah-buahan, grosir, perempuan usia 40 tahun dari kalangan menengah ke atas. *Value propositions*: pemberdayaan IRT, kualitas produk, kebermanfaatan produk, menjaga kepercayaan konsumen pelayanan dan kepuasan konsumen. *Channels*: *WhatsApp*, *snap WhatsApp*, Instagram, Snap Instagram dan penjualan secara langsung atau *offline*. *Customer relationships*: komunikasi melalui *WhatsApp*, pelayanan yang baik, menjaga loyalitas pelanggan. *Key resources*: alat

menganyam, SDM, rumah penyimpanan dan seluruh perlengkapan, Instagram dan *WhatsApp* (asset digital). *Key activities*: pemberdayaan masyarakat, produksi dan penjualan. *Key partners*: ibu-ibu pengrajin, toko-toko anyaman, toko buah-buahan, lembaga. *Cost structure*: produksi produk yaitu bagian *finishing*, mitra pengrajin. *Impact and measurement*: pemberdayaan perempuan (ibu-ibu penganyam), produk ramah lingkungan, pemberdayaan bambu (reboisasi), pelatihan menganyam.

3. Pembentukan formulasi strategi baru terhadap Sobat Asik dilakukan untuk meningkatkan kembali volume penjualan dengan menggunakan analisis strategi SBMC dan setelah itu dilakukan analisis menggunakan strategi *blue ocean* untuk melihat hal yang perlu diprioritaskan oleh Sobat Asik agar dapat bersaing dengan kompetitor di zona *red ocean*. Hasil formulasi strategi pada tiap elemen sosial bisnis model *canvas* yaitu, *Customer segment*: perbaikannya yaitu memasuki pasar kalangan menengah ke bawah, target konsumen ke toko elektronik atau furniture, menasar target konsumen remaja dan dewasa. *Value propositions*: inovasi produk (bentuk, kegunaan, *design*), menyediakan *costume design*. *Channels*: membuat logo usaha sebagai *brand image*, mengikuti event atau bazar, memanfaatkan instagram sebagai promosi penjualan (menata *feed* agar lebih menarik). *Customer relationships*: membuat promo untuk menarik konsumen, menambah pengawasan terhadap mitra. *Revenue stream*: mengikuti event atau kegiatan yang berhubungan dengan kerajinan bambu, berkolaborasi dengan *brand* lain, promosi penjualan secara *online* dan *offline* lebih dimaksimalkan. *Key resources*: meningkatkan kualitas mitra pengrajin, mengadakan pelatihan terhadap kinerja pengrajin. *Key activities*: penambahan strategi baru yaitu *marketing* (pemasaran). *Key partners*: perbaikan pada mitra kunci ialah menjalin kerjasama dengan berbagai media *partner*. *Cost structure*: perbaikan dalam merancang ulang struktur biaya yaitu biaya *marketing*, biaya *non* biaya produksi (biaya lain-lain). *Impact and measurement*: pemberdayaan laki-laki (bapak-bapak) yang tidak memiliki pekerjaan. Yang selanjutnya dibuat strategi *blue ocean* untuk menentukan strategi yang penting untuk diterapkan di Sobat Asik.

## 5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini merupakan rekomendasi perbaikan analisis strategi bisnis yang di analisis menggunakan model bisnis dan di formulasikan strategi baru. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa analisis SWOT tidak sepenuhnya dapat membuat suatu perusahaan mengalami pertumbuhan, jadi diperlukan suatu analisis baru. Terdapat implikasi yang dapat diaplikasikan oleh suatu perusahaan yaitu dengan mengaplikasikan model bisnis dalam peningkatan volume penjualan maupun daya saing dengan perusahaan lain, terutama untuk perusahaan yang bergerak di bidang *social enterprise* dapat menggunakan analisis Sosial Bisnis Model *Canvas* (SBMC) untuk melihat kondisi internal dan eksternal perusahaan yang kemudian dievaluasi dan di formulasikan strategi baru.

## 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan peneliti yaitu:

### 1) *Owner*/pemilik Sobat Asik

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti pikir sudah saatnya bagi pemilik Sobat Asik untuk fokus ke pengembangan produk, salah satunya pembuatan logo usaha sebagai *brand image*, sehingga produk Sobat Asik dapat dikenal di masyarakat. Menggunakan model bisnis untuk meningkatkan volume penjualan dan daya saing dengan analisis sosial bisnis model *canvas* (SBMC).

### 2) Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan melakukan penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam yang berkaitan dengan analisis strategi terhadap perusahaan sosial (*social enterprise*) dan pembentukan terhadap strategi *blue ocean*. Dapat memperkaya dalam melakukan penelitian mengenai Sosial Bisnis Model *Canvas* agar kepustakaan mengenai strategi atau model bisnis semakin beragam. Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan untuk melihat dan meningkatkan efektivitas adaptasi Model Bisnis *Canvas* untuk wirausaha sosial dengan menerapkan *canvas* ke lebih banyak dan beragam wirausaha sosial berdasarkan

definisi tersebut dari perusahaan sosial dan penelitian mengenai strategi *Blue Ocean* disarankan untuk dilakukan secara mendalam agar dapat menentukan skala prioritas dari *tools* analisis SBMC.