

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai strategi bisnis Kintamani *Bakery and Coffee* dengan pendekatan *Business Model Canvas* maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kondisi model bisnis Kintamani *Bakery and Coffee* saat ini.

Kondisi market yang mempengaruhi strategi yang dijalani Kintamani *Bakery and Coffee* meliputi 4 aspek yaitu *customer*, *competitor*, *company* dan *change*. Model bisnis Kintamani *Bakery and Coffee* berdasarkan *business model canvas* menunjukkan jika *customer segment* Kintamani *Bakery and Coffee* adalah wanita dewasa dengan rentang usia 25-60 dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah di wilayah Mustikajaya, Kota Bekasi. Produk yang ditawarkan kepada konsumen meliputi *performance*, *brand*, *price*, *cost reduction*, *accessibility* dan *convenience/usability*. *Channel* yang dijalankan ada 4 yaitu mitra pedagang keliling, *whatsapp business*, *reseller* dan *outlet dine in*. *Customer relationship* dilakukan dengan menjaga komunikasi di sosial media dan melalui mitra pedagang keliling secara langsung kepada konsumen. Aktifitas kunci yang dilakukan meliputi aktivitas produksi, aktivitas distribusi, dan aktivitas pemasaran didukung oleh sumberdaya fisik, sumberdaya finansial, sumberdaya intelektual dan sumberdaya manusia. Didukung pula oleh dua partner utama yaitu mitra *supply chain* atau *supplier* bahan baku dan mitra pedagang keliling. Pendapatan didapatkan dari penjualan produk *bakery* melalui saluran penjualan yang ada dan pengeluaran meliputi HPP atau modal bahan baku, komisi mitra dan pengeluaran operasional bulanan.

2. Evaluasi model bisnis Kintamani *Bakery and Coffee* menggunakan *BMC Evaluation*.

Hasil evaluasi dari bisnis model canvas Kintamani *Bakery and Coffee* menunjukkan kekuatan yang dimiliki oleh Kintamani *Bakery and Coffee* ada di aspek *key partnership* karena Kintamani *Bakery and Coffee* berhasil menjalin kerjasama yang menguntungkan antara mitra *supply chain* atau *supplier* bahan baku dan mitra pedagang keliling. Peluang terbesar berada pada aspek *channel* hal ini menandakan Kintamani *Bakery and Coffee* masih memiliki potensi untuk mengoptimalkan *channel* penjualan yang sudah ada dan tidak tergantung pada satu *channel* saja. Sementara itu ancaman terbesar berada pada aspek *value proposition* mengingat produk *bakery* ini memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi dan mudah diduplikasi Kintamani *Bakery and Coffee* harus memiliki *positioning* yang kuat untuk memenangkan persaingan secara *value brand*

3. Formulasi Strategi Bisnis Kintamani *Bakery and Coffee*.

Strategi yang dapat dilakukan berdasarkan hasil evaluasi tersebut adalah menggarap segment market baru untuk mengoptimalkan peluang yang sangat tinggi, peningkatan pemanfaatan *whatsapp business* dalam meningkatkan *channel* penjualan, mengevaluasi *customer journey* untuk meningkatkan *customer relation*, mengoptimalkan penjualan produk *B to B* untuk menambah *revenue stream*, mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk menunjang *key activities*, menambah sumber daya manusia yang berdasar dari eksternal bisnis keluarga, dan efisiensi dalam perancangan biaya dan merapihkan pencatatan keuangan secara lebih profesional.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan beberapa implikasi sebagai berikut

1. Kintamani *Bakery and Coffee* menggarap segmentasi market baru dengan tingkat kemampuan belanja yang lebih tinggi.
2. Kintamani *Bakery and Coffee* menggunakan teknologi *whatsapp* bisnis.
3. Kintamani *Bakery and Coffee* menambah produk untuk dijual *B to B*.

5.3 Saran

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

1. Bagi Usaha

Dari hasil evaluasi *business model canvas* Kintamani Bakery and Coffee terdapat 6 blok yang berwarna kuning yang berarti harus diwaspadai dan perlu ditindaklanjuti segera agar tidak terjadi masalah di blok tersebut. Usaha dapat mengikuti strategi pengembangan bisnis untuk mengoptimalkan blok *business model canvas* yang berwarna kuning.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini membahas strategi bisnis dengan pendekatan *business model canvas*. Perlunya penelitian lebih lanjut dan lebih mendetail untuk membahas tiap aspek bisnis secara mendetail seperti aspek finansial, perencanaan *marketing* dan operasional. Selain itu dibutuhkan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kenaikan harga bahan baku terhadap strategi bisnis khususnya kuliner.