

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Gambaran umum strategi bisnis yang diterapkan sekarang oleh Givo.id saat ini diferensiasi produk, pelayanan siap dilakukan setiap saat, *fast production*, menerima peluang *request* pesanan pelanggan yang belum bisa tim kerjakan, *all in budget*, memiliki keunggulan bisnis yang berdampak ke arah sosial. Namun demikian Givo.id juga memiliki kelemahan dalam kinerja usahanya seperti saluran promosi yang belum maksimal, masih terbatasnya sumber daya manusia (SDM) yang kompeten di bidangnya, dan pencatatan keuangan yang belum sistematis, sehingga pendapatan Givo.id pada tahun 2022 cenderung mengalami penurunan.
2. Setelah mengetahui gambaran umum strategi bisnis, maka perlu dilakukan identifikasi strategi bisnis dengan menggunakan pendekatan SBMC pada Givo.id. Hasil identifikasi menunjukkan terdapat 12 elemen yang perlu dilakukan peningkatan strategi bisnis. Berikut 12 elemen tersebut, antara lain yaitu *Key Stakeholder*, *Social Value Proposition*, *Channels*, *Relationship*, *Key Delivery Patners*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Competitors & Coopetition*, *PESTEL*, *Revenue*, *Cost*, dan *Surplus*. Sedangkan tiga elemen lainnya perlu dipertahankan strategi bisnisnya, antara lain yaitu *Impact Gap Analysis*, *Social Mission*, dan *Social Impact Measurement Strategy*.
3. Setelah mengetahui identifikasi strategi bisnis menggunakan SBMC pada Givo.id, selanjutnya perlu melakukan formulasi strategi bisnis pada Givo.id menggunakan SBMC. Hasil formulasi strategi bisnis menunjukkan peneliti memberikan rekomendasi peningkatan strategi bisnis pada 12 elemen. Berikut 12 elemen tersebut, antara lain yaitu *Key Stakeholder*, *Social Value Proposition*, *Channels*, *Relationship*, *Key Delivery Patners*,

Key Activities, Key Resources, Competitors & Coopetition, PESTEL, Revenue, Cost, dan Surplus.

5.2 Implikasi

1. Implikasi yang dapat diaplikasikan oleh *social enterprise* lainnya yaitu dengan menggunakan alat analisis SBMC untuk merancang model bisnis bagi usahanya. Suatu *Social enterprise* dapat menggunakan analisis SBMC untuk melihat kondisi keseluruhan strategi bisnis perusahaan yang kemudian dapat dievaluasi dan diformulasikan strategi baru.

5.3 Saran

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran peneliti untuk Givo.id yaitu, Givo.id dapat melakukan peningkatan strategi bisnis sesuai dengan rekomendasi pada setiap elemen SBMC. Terutama untuk dapat meningkatkan pendapatan Givo.id dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada *social enterprise* yang telah mengimplementasikan formulasi strategi bisnis dengan menganalisis pergerakan dan pengembangan bisnis yang telah dicapai dengan alat analisis *Balanced Scorecard (BSC)*.