

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai model bisnis Piring Seng Coffee & Co dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa formulasi strategi atau kondisi bisnis Piring Seng Coffee & Co berada pada kuadran I di situasi yang menguntungkan dengan strategi yang direkomendasikan yaitu mendukung kebijakan strategi agresif (*growth oriented strategy*). Adapun total skor IFAS dan EFAS masing-masing yaitu 2,44 dan 2,85 dengan detail skor tiap elemen yaitu *Strengths* sebesar 1,90; *Weaknesses* sebesar 0,53; *Opportunities* sebesar 2,24; dan *Threats* sebesar 0,60.
2. Strategi agresif yang dapat diterapkan untuk mendukung upaya dalam meningkatkan daya saing yaitu fokus menghasilkan produk berkualitas dengan seefisien mungkin serta fokus pada diferensiasi produk atau jasa.
3. Dengan hasil diagram analisis SWOT yang arah strateginya mengarah pada “*Growth Oriented Strategy*”, strategi yang dapat diterapkan meliputi
 - Penetrasi pasar
 - Pengembangan pasar, dan
 - Pengembangan produk

Hasil rumusan strategi matriks SWOT Piring Seng Coffee & Co cenderung ke strategi SO karena memiliki nilai yang paling tinggi yaitu 4,14.

4. Piring Seng Coffee & Co belum pernah merumuskan *Business Model Canvas* dalam operasional bisnisnya. Hasil pemetaan kondisi bisnis Piring Seng Coffee & Co saat ini ditemukan bahwa telah mencakup seluruh elemen yang ada pada *Business Model Canvas*. Dari hasil penelitian melalui pendekatan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT memberikan rekomendasi perbaikan pada seluruh elemen kunci *Business Model Canvas* untuk meningkatkan daya saing perusahaan.
5. Hasil perbaikan pada tiap elemen *Business Model Canvas* yaitu sebagai berikut:
 - a. *Customer segments*: dengan perbaikannya yaitu menjadikan para *traveller* dan/atau *backpacker* sebagai segmen pasar barunya.
 - b. *Value propositions*: menambah beberapa *value propositions* dalam kegiatan bisnis antara lain *delivery service*; minuman kemasan botol; jasa *print*; dan menyelenggarakan *event*.
 - c. *Channels*: Perbaikan yang dilakukan meliputi pemanfaatan TV kabel; pemanfaatan media sosial lainnya selain Instagram antara lain Facebook, Twitter, TikTok, dan Youtube; serta pengelolaan *website*.
 - d. *Customer relationships*: menciptakan program khusus antara lain kartu member; penawaran kupon atau *voucher*; dan *email marketing*

sebagai upaya untuk mempertahankan dan menjaga hubungan dengan *customer segments*.

- e. *Revenue streams*: perbaikan *revenue streams* terdiri dari hasil penyewaan *tenant*; hasil pendayagunaan fasilitas; dan *service charge*.
- f. *Key resources*: terdapat perbaikan pada lingkup fasilitas produksi yaitu menambah *showcase* untuk produk *pudding* atau *dessert*; pada lingkup SDM dengan menambah karyawan untuk posisi *content creator*, kasir, dan *cleaning service*; serta adanya *database* pelanggan.
- g. *Key activities*: mengalami penambahan aktivitas kunci antara lain pengelolaan media sosial, membuat SOP tertulis, *briefing* dan evaluasi, mendata dan menyusun data pelanggan, pengelolaan *website* dan *email marketing*, operasional *printer*, serta pelayanan *delivery service*.
- h. *Key partnerships*: perbaikan pada mitra kunci ialah menjalin kerjasama dengan Gojek Indonesia; kerjasama dengan mitra *tenant*, serta melakukan *joint venture* dengan pelaku usaha lain.
- i. *Cost structure*: perbaikan dalam merancang ulang struktur biaya dampak dari perbaikan elemen lainnya seperti anggaran untuk gaji karyawan (*content creator*, kasir, dan *cleaning service*), biaya promosi, biaya pengembangan bisnis, dan untuk biaya transportasi.

5.2 Saran

A. Adapun saran peneliti dalam penelitian ini bagi Piring Seng Coffee & Co yaitu sebagai berikut:

1. Sebaiknya Piring Seng Coffee & Co menerapkan strategi agresif dalam meningkatkan daya saing dan untuk mendukung penerapan BMC perbaikan antara lain yaitu meningkatkan penetrasi pasar, melakukan pengembangan pasar, serta melakukan pengembangan produk.
2. Selain itu Piring Seng Coffee & Co sebaiknya juga menerapkan strategi dalam operasional bisnisnya berdasarkan strategi SO sebagai berikut:
 - a. Mempertahankan serta selalu meningkatkan *value propositions* khususnya kualitas produk
 - b. Memberikan penawaran produk atau harga yang kompetitif bagi *customer segment* untuk berkunjung
 - c. Membuat *content marketing* mengenai produk dan memadupadankan dengan suasana sekitar lokasi usaha
 - d. Selalu meningkatkan dan merawat fasilitas serta aspek pendukung lainnya guna menjaga standar kenyamanan yang diberikan kepada *customer segment*
 - e. Mengembangkan konsep *coffee shop* dengan memaksimalkan fasilitas yang ada dalam upaya mendukung terciptanya *coworking place*

- f. *Memprioritaskan* kepuasan *customer segment* berupa pengembangan bentuk pelayanan dengan memanfaatkan *key resources* yang ada
 - g. *Membangun* dan membina *customer relationship* yang baik dengan *customer segment* potensial
3. Hendaknya Piring Seng Coffee & Co melakukan perbaikan BMC dengan prioritas perbaikan utama yaitu pada elemen *channels*, *key partnerships*, *customer relationships*, *value propositions*, *key activities*, dan *cost structure* karena sangat berhubungan dengan peningkatan serta pengembangan strategi bisnis yang berkaitan dengan operasional bisnis secara berkelanjutan. Kemudian perbaikan pada elemen *customer segments*, *key resources*, dan *revenue streams* menjadi skala prioritas setelahnya.
 4. Program perbaikan yang menghasilkan desain model bisnis baru dengan pendekatan *Business Model Canvas* hendaknya sesegera mungkin untuk ditindaklanjuti dan dikerjakan oleh perusahaan.
 5. Selain menindaklanjuti BMC perbaikan, strategi yang sudah ada sebelumnya yang terdapat pada beberapa elemen seperti pemberian diskon dan penerapan *feedback* pada elemen *customer relationship*, penggunaan Instagram dan *Word of Mouth* (WOM) pada elemen *channels*, variasi menu *meals* pada *value propositions*, hingga mitra *tenant* dan *provider* WIFI pada *key partnerships* hendaknya lebih

dioptimalkan lagi dalam menjalankan dan memanfaatkannya serta perlu dilakukan pengembangan.

- B. Sedangkan saran peneliti bagi peneliti lain hendaknya untuk memperkaya dalam melakukan penelitian mengenai *Business Model Canvas* agar kepustakaan mengenai strategi atau model bisnis semakin beragam. Selain itu penelitian mengenai BMC dapat dikembangkan dan digabungkan dengan alat analisis lainnya di samping analisis SWOT seperti *Blue Ocean Strategy* (BOS). Mengenai penelitian terhadap Piring Seng Coffee & Co dapat dilakukan penelitian lainnya terkait dengan strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran 7P hingga strategi produksi pada Piring Seng Coffee & Co.