

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai implementasi *Business Model Canvas* (BMC) dalam mendukung *digital marketing* pada produk SKINBEAUTE pasca dibukanya Tik Tok shop menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil wawancara antara pemilik, karyawan dan konsumen dari SKINBEAUTE, bahwa terdapat penilaian dan penjelasan dari masing – masing individu mengenai kegiatan operasional hingga pelayanan dan produk yang ditawarkan tidak hanya terdapat jawaban yang positif, namun juga jawaban kritikan yang perlu diperhatikan agar dapat dijadikan bahan evaluasi dalam menentukan strategi pemasaran. Karena kini Tik Tok Shop telah buka kembali maka sangat penting adanya *briefing* atau diskusi mengenai strategi pemasaran yang bagaimana yang perlu dibenahi atau diperbaiki agar bisnis SKINBEAUTE dapat menjangkau target lebih banyak sehingga pendapatan dari SKINBEAUTE menjadi meningkat.
2. Hasil pemetaan kondisi bisnis SKINBEAUTE setelah diidentifikasi menunjukkan bahwa implementasi *Business Model Canvas* (BMC) dalam mendukung *digital marketing* pada produk SKINBEAUTE belum dilakukan

secara maksimal sehingga perlu adanya perhatian terhadap elemen - elemen dari *Business Model Canvas* (BMC) agar dapat meningkatkan pendapatan. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan strategi baru.

## 5.2 Saran

1. SKINBEAUTE perlu mengadakan evaluasi terkait kinerja dan penjualan dari strategi yang digunakan sebelum ditutupnya TikTok Shop. Dengan alasan kegiatan tersebut dapat mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki dan yang dipertahankan. Dapat percaya diri dalam menentukan apa yang harus dilakukan dan mengevaluasinya.
2. Hendaknya SKINBEAUTE harus melakukan perbaikan dalam elemen *channels*, *key activities*, *key partnership*, *key resource*, dan *cost structure*. Perbaikan tersebut terkait dengan peningkatan pendapatan dan pengembangan strategi bisnis agar kegiatan operasional dapat terlaksana tanpa ada kendala. Selanjutnya, elemen *customer segment*, *value proposition*, dan *customer relationship* agar dapat tersampaikan dengan baik. Itu semua dilakukan agar *revenue stream* atau pendapatan dapat meningkat dengan adanya strategi pemasaran baru dipermulaan perjalanan penjualan di platform TikTok Shop.
3. SKINBEAUTE dapat segera memulai perbaikan dengan menghasilkan desain model bisnis pemasaran baru dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dalam mendukung *digital marketing* pada produk

SKINBEAUTE pasca dibukanya TikTok Shop. Hasil perbaikan tidak terjadi di tiap elemen *Business Model Canvas* (BMC) SKINBEAUTE, maka berikut perbaikan yang dapat dipertimbangkan antara lain :

- a. *Channels* : Menyediakan adanya video atau konten mengenai produk yang dijual maupun tentang toko itu sendiri dan membuat strategi promosi lebih matang agar *value proposition* yang ditawarkan bisa tersampaikan ke *customer segment* dengan baik, sehingga *revenue stream* bisa menjadi meningkat.
- b. *Key activities* : Melakukan *briefing* dan evaluasi untuk mempertimbangkan langkah selanjutnya yang akan dicapai targetnya.
- c. *Key resource* : Sumber daya manusia *diimprove* atau ditingkatkan dalam hal *skill* atau bakat dan juga jumlah tenaga kerja, agar dapat memenuhi permintaan pesanan konsumen dan tidak *double job* setiap orangnya. Kemudian juga ditingkatkan *skill* lain dalam memaksimalkan pemasaran *online* dengan berbagai *trend* yang ada di TikTok.
- d. *Key partnership* : Menjalin kerjasama dengan *supplier* dari produk yang berbeda agar produk yang dijual lebih banyak macam serta *value proposition* dan *revenue stream* bisa meningkat.
- e. *Cost Structure* : *Packing* perlu dievaluasi dalam pengemasan yang perlu diperhatikan agar produk pesanan konsumen dapat sampai dengan aman dan konsumen dapat merasakan kepuasan dalam membeli dan dapat menjalin hubungan baik dengan konsumen.

Meskipun hanya ada beberapa dari elemen yang ada terdapat perbaikan, perlu diperhatikan juga elemen lain karena elemen pada *Business Model Canvas* (BMC) memiliki keterhubungan antara satu sama lain. Sehingga progres dalam meningkatkan bisnis dan pendapatan menjadi mudah.

4. Peneliti memiliki harapan agar dapat mendorong para peneliti lain agar dapat memperbanyak penelitian menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Jikalau memungkinkan juga dapat dikembangkan dengan analisis pengembangan bisnis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dengan upaya dalam membuat strategi pemasaran yang lebih baik untuk sebagai acuan dalam berbisnis.