

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan penelitian yang telah selesai dilakukan peneliti mengenai model bisnis Mojokerto Sayur (MOSAY) dengan memanfaatkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT. Kemudian akan dapat ditarik kesimpulan dari hasil tersebut, diantaranya yaitu:

1. Dari hasil analisis melalui diagram SWOT, dapat diketahui bahwa kondisi bisnis MOSAY ada pada kuadran I, posisi ini mencerminkan keadaan yang menguntungkan. Strategi yang paling sesuai sebagai rekomendasi untuk diterapkan pada keadaan ini adalah strategi agresif atau *growth oriented strategy*. Selain itu, untuk hasil perhitungan total nilai IFAS dan EFAS masing-masing sebesar 2,45 dan 2,78. Rincian skornya meliputi *Strength* sebesar 2,13; *Weakness* sebesar 0,62; *Opportunity* sebesar 2,04; dan *Threat* sebesar 0,74.
2. Strategi agresif yang bisa diimplementasikan untuk mendorong upaya dalam meningkatkan volume penjualan ialah fokus dalam meningkatkan visibilitas usaha sehingga tempat usaha akan lebih representatif serta sekaligus mengutamakan menghasilkan produk berkualitas secara efisien dan fokus pada diferensiasi produk maupun jasa.

3. Berdasarkan hasil dari diagram SWOT yang dominan menunjuk pada strategi agresif “*growth oriented strategy*”, maka strategi yang bisa diimplementasikan mencakup 1) penetrasi pasar; 2) pengembangan pasar; dan 3) pengembangan produk. Pada rumusan strategi matriks SWOT MOSAY menunjukkan hasil yang dominan ke strategi SO dengan perolehan nilai paling tinggi mencapai 4,17.
4. MOSAY belum pernah memetakan *Business Model Canvas* (BMC) dalam menjalankan bisnisnya Berdasarkan hasil pemetaan keadaan bisnis MOSAY saat ini, diketahui bahwa telah meliputi setiap blok dalam BMC. Melalui pendekatan BMC dan analisis SWOT, penelitian ini merekomendasikan adanya perbaikan pada setiap blok BMC sebagai upaya untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan.
5. Hasil dari perbaikan terhadap masing-masing blok BMC ialah sebagai berikut:
 - a. *Customer segment*: perbaikannya dengan menjadikan para *healthy lifestyle people*, vegetarian, dan pelaku diet sebagai segmen pasar barunya.
 - b. *Value propositions*: menambah *value propositions* dengan membangun *branding* usaha baru sebagai pelopor gaya hidup sehat berbasis pangan lokal. Program edukasi dilakukan dengan konten informatif yang dituangkan di media sosial usaha, hingga saat di bazar *offline* meliputi manfaat konsumsi sayur, tips dan trik

menyimpan dan mengolah sayur hingga resep praktis sehat dengan bahan olahan sayur.

- c. *Channels*: perbaikan mencakup penggunaan media sosial lainnya seperti Facebook dan Tiktok selain hanya dengan Instagram dan WhatsApp.
- d. *Customer relationship*: menerapkan program khusus seperti kartu *member*, penawaran *voucher*, dan pengelolaan WhatsApp Business untuk menjaga hubungan baik dengan *customer segment*.
- e. *Revenue streams*: perbaikannya dengan memanfaatkan sisa produksi yang sebelumnya hanya dibuang, saat ini dapat digunakan menjadi hal bernilai jual bagi petani atau peternak lokal untuk dijadikan pupuk organik atau makanan ternak sehingga akan menjadi sumber pendapatan tambahan untuk menjalankan bisnis.
- f. *Key resources*: perbaikannya ada pada lingkup fasilitas bangunan dengan menambah bangunan baru untuk dijadikan outlet toko baru, lingkup SDM dengan penambahan karyawan untuk pemasaran/*content creator*, serta penambahan sistem transaksi pembayaran.
- g. *Key activities*: penambahan aktivitas kunci meliputi kegiatan pemasaran pada pengelolaan media sosial yang bertambah, *briefing* dan evaluasi dan pengelolaan WhatsApp Business.

- h. *Key partnership*: perbaikannya meliputi menjalin lebih banyak kerja sama dengan café dan resto lain serta kerja sama dengan petani dan peternak lokal.
- i. *Cost structure*: perbaikan pada rekonstruksi struktur biaya hasil dari perbaikan blok lainnya mencakup penambahan pada gaji karyawan (pemasaran/*content creator*), biaya promosi, dan biaya pengembangan bisnis.

5.2 Saran

- A. Saran peneliti pada penelitian ini untuk Mojokerto Sayur (MOSAY) ialah sebagai berikut:
 - 1. MOSAY sebaiknya melakukan implementasi strategi agresif sebagai upaya meningkatkan volume penjualan sekaligus untuk mendorong implementasi BMC perbaikan yang meliputi meningkatkan penetrasi pasar, pengembangan pasar dan juga pada pengembangan produk.
 - 2. MOSAY juga sebaiknya dapat mengimplementasikan strategi pada pengelolaan bisnisnya menurut strategi SO seperti:
 - a. Mempertahankan sekaligus meningkatkan *value propositions* yang dimiliki terutama kualitas produk
 - b. Menawarkan produk maupun harga yang dapat bersaing pada *customer segment*
 - c. Membuat konten pemasaran dengan menonjolkan *value propositions*

- d. Menjaga dan meningkatkan perawatan pada lokasi dan fasilitas untuk menciptakan kenyamanan pada *customer segment*
 - e. Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan upaya meningkatkan setiap pelayanan yang diberikan memanfaatkan *key resources* yang dimiliki
 - f. Menciptakan dan meningkatkan *customer relationship* dengan *customer segment* yang baik
3. Sebaiknya MOSAY melakukan perbaikan BMC dengan mengutamakan perbaikan utama pada beberapa elemen yaitu *customer relationships, key activities, key resources, key partnerships, value propositions, channels* dan *cost structure*. Selanjutnya, perbaikan untuk prioritas setelahnya ada pada elemen *customer segment* dan *revenue streams*.
4. Dari hasil penelitian didapatkan strategi yang paling berpengaruh dalam upaya meningkatkan volume penjualan, strategi tersebut yaitu strategi pemasaran dengan memanfaatkan *business to business* karena dengan semakin banyak café & resto yang menjadi mitra maka volume penjualan akan meningkat. Selain itu, juga pada strategi produksi dengan membuka outlet baru sebagai toko terpisah dari rumah produksi karena adanya toko yang representatif akan menarik pelanggan yang akhirnya meningkatkan minat beli, kunjungan dan pembelian ulang

sehingga berdampak pada meningkatnya volume penjualan secara bertahap.

5. Adapun saran dalam mengatasi *force majeure* dimana terjadi keadaan di luar kendali manusia seperti faktor cuaca ataupun fluktuasi harga musiman yang mengakibatkan produksi beberapa jenis sayur kemasan mengalami hambatan. Peneliti menyarankan MOSAY untuk menggunakan *design sprint* untuk membuat sebuah solusi untuk mengatasi keadaan *force majeure*. *Design sprint* merupakan metode praktis melalui perancangan, pembuatan *prototype* dan pegujian ide dengan cepat yang dikerjakan dalam waktu 5 hari dengan 5 langkah kerja, seperti pada berikut:

Hari ke-1 (<i>Understand</i>) Memahami masalah	Hari ke-2 (<i>Sketch</i>) Mencari ide solusi	Hari ke-3 (<i>Decide</i>) Memilih solusi	Hari ke-4 (<i>Prototype</i>) Membuat prototipe dari solusi terpilih	Hari ke-5 (<i>Validation</i>) Validasi
Fokus masalah: - Cuaca dapat membuat sayur rusak dan susah didapat - Fluktuasi harga musiman membuat margin keuntungan tidak stabil	- Dashboard prediksi harga dengan Google Sheet berlaku mingguan - Stok lebih banyak saat tanpa kendala - Diversifikasi supplier dari beberapa wilayah - Sayur fleksibel sesuai ketersediaan	Solusi terpilih: Dashboard prediksi harga mingguan dan sayur fleksibel	- Buat dashboard data harga mingguan dari harga minggu sebelumnya dan prediksi harga minggu depan untuk rekomendasi beli sekarang atau tunda - Buat sayur kemasan dengan pilihan pengganti	Menerapkan solusi dan lakukan pemantauan respon serta minta umpan balik mengenai solusi yang sedang diterapkan

- B. Adapun saran peneliti pada peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas kajian mengenai *Business Model Canvas*, sehingga referensi terkait strategi atau model bisnis menjadi lebih beragam. Penelitian tentang BMC juga dapat dikombinasikan dengan alat

analisis lain selain SWOT, seperti *Blue Ocean Strategy* (BOS). Khusus untuk Mojokerto Sayur (MOSAY), penelitian selanjutnya bisa difokuskan pada aspek strategi pemasaran menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P, ataupun strategi produksi yang diterapkan dalam bisnis tersebut.