

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti tentang model bisnis Sa'yan Masykuro, yang menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT menghasilkan beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Berdasarkan hasil diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa formulasi strategi atau kondisi bisnis Sa'yan Masykuro berada pada kuadran 1 di situasi yang menggambarkan upaya aktif dan ekspansif untuk mengembangkan bisnis, dengan memanfaatkan kekuatan internal dan menangkap peluang eksternal yang tersedia. Strategi yang direkomendasikan yaitu mendukung strategi agresif.
2. Strategi agresif yang dapat diterapkan untuk mendukung upaya dalam pengembangan bisnis Sa'yan Masykuro yaitu dalam manfaatnya sebagai diversifikasi produk dan pasar akan memperluas sumber pendapatan, strategi agresif mendorong eksistensi dan keterkenalan merek di berbagai segmen, dengan inovasi dan digitalisasi Sa'yan Masykuro mampu bersaing dengan biro umrah lain yang masih konvensional, program loyalitas, layanan personal serta kualitas pelayanan akan memperkuat hubungan dengan jamaah, digitalisasi menekan biaya manual dan memudahkan manajemen data jamaah. Dengan menerapkan strategi agresif ini, PT. Sa'yan Masykuro tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga tumbuh lebih besar, lebih cepat, dan lebih adaptif terhadap zaman.
3. Dengan hasil diagram analisis SWOT yang arah strateginya mengarah pada agresif, strategi yang dapat diterapkan meliputi: a.) Diversifikasi produk dan

layanan b.) Ekspansi segmen pasar c.) Transformasi digital d.) Kemitraan strategis. Hasil rumusan strategi matriks SWOT Sa'yan Masykuro cenderung ke strategi SO karena memiliki nilai yang paling tinggi yaitu 4,16.

4. Hasil pemetaan kondisi bisnis Sa'yan Masykuro menunjukkan bahwa meskipun mereka belum merancang *Business Model Canvas*, mereka telah memasukkan semua elemennya. Untuk meningkatkan daya saing perusahaan, penelitian ini, yang menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT, menyarankan perbaikan pada semua elemen penting.
5. Hasil perbaikan pada tiap elemen *Business Model Canvas* Sa'yan Masykuro yaitu sebagai berikut :
 - a. *Customer segments*: dengan perbaikannya yaitu menambah kategori seperti Jamaah yang berusia lebih muda yang menyukai *traveling* dengan konsep religi, kategori yang mengedepankan keluarga muda (*family umroh*), serta menjangkau pasar Internasional yaitu jamaah luar negeri berbahsa Indonesia.
 - b. *Value Propositions*: menambah beberapa *value propositions* dalam kegiatan bisnis diantaranya Paket Umroh Plus Wisata Halal Edukatif, Layanan Manasik Virtual & Bimbingan Pribadi, Program Loyalitas & Keanggotaan (diskon, fasilitas tambahan), dan Transparansi Biaya 100% Tanpa Tambahan Tersembunyi.
 - c. *Channels*: perbaikan yang dilakukan yaitu menambah kehadiran fitur reservasi online seperti *website* dan *aplikasi mobile* yang memungkinkan pelanggan dapat mendaftar, melihat paket, dan melakukan pembayaran tanpa perlu datang ke kantor.

- d. *Customer relationships*: menyediakan *chatbot* yang aktif 24 jam, PT. Sa'yan Masykuro memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui layanan bantuan otomatis dan instan, khususnya dalam konteks pertanyaan seputar persiapan ibadah, teknis keberangkatan, dan proses administratif.
- e. *Revenue streams*: perbaikan *revenue streams* seperti menambahkan beberapa paket (*city tour*, *ziarah*, *travel kit*), menjualkan merchandise atau perlengkapan ibadah, serta menambahkan kemitraan afiliasi dengan hotel, maskapai, aplikasi religi.
- f. *Key resources*: mengadakan penambahan tim internal digital marketing dan IT, brand ambassador, serta lisensi sistem reservasi terintegrasi.
- g. *Key activities*: mengalami penambahan aktivitas kunci antara lain melakukan kemitraan dengan tokoh agama dan komunitas, serta melakukan kegiatan pengembangan riset dan teknologi.
- h. *Key partnerships*: perbaikan yang dilakukan pada mitra kunci ialah Bekerja sama dengan bank syariah sebagai mitra pembiayaan, membangun kemitraan dengan *influencer* muslim, serta bekerja sama dengan lembaga pelatihan dan pendidikan Islam.
- i. *Cost structure*: perbaikan dalam perencanaan digitalisasi untuk efisiensi SDM dan proses sistem, berinvestasi pada sistem reservasi otomatis, melakukan pemasaran berbasis digital, serta berfokus pada online ads yang bertujuan mengurangi promosi konvensional seperti cetak brosur, sewa booth pameran dan lain sebagainya.

5.2 Saran

A. Berdasarkan perbaikan pada setiap elemen *Business Model Canvas* Sa'yan Masykuro.

1. Berikut adalah beberapa saran untuk pengembangan bisnis Sa'yan Masykuro:
 - a. Memperluas jangkauan pasar: seperti saat ini segmen milenial merupakan populasi terbesar dalam struktur demografi Indonesia, dan mereka semakin tertarik untuk menjalani perjalanan religi yang sekaligus menjadi pengalaman eksploratif dan reflektif.
 - b. Melakukan riset dan pengembangan layanan secara berkala: kegiatan riset dan pengembangan teknologi adalah aktivitas kunci berkelanjutan untuk memastikan bahwa layanan Sa'yan Masykuro tetap relevan, inovatif, dan unggul di tengah tren digitalisasi dan persaingan ketat di sektor travel religi.
 - c. Otomatisasi pemasaran melalui alat digital: Penggunaan alat otomatisasi seperti *email marketing*, iklan terprogram, *social media management tools*, dan *chatbot* berbayar akan membutuhkan alokasi biaya bulanan atau tahunan, namun memberikan efek pemasaran yang lebih luas dan terukur.
 - d. Optimasi Pengalaman Pelanggan: Terus meningkatkan cara berinteraksi dengan pelanggan, termasuk memperluas program loyalitas seperti kartu member, penawaran khusus, dan layanan pelanggan yang responsif.
 - e. Kolaborasi dengan mitra: Kerja sama afiliasi dengan Hotel, Maskapai, dan Aplikasi Religi memungkinkan Sa'yan Masykuro memperoleh komisi atau fee dari partner, tanpa harus menyediakan layanan langsung.

- f. Peningkatan Efisiensi Operasional: Terus mencari cara untuk meningkatkan efisiensi operasional, seperti pengadaan sistem reservasi otomatis (*booking system*) membutuhkan biaya awal pembangunan atau lisensi. Namun, sistem ini akan menghemat banyak biaya operasional di masa depan dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.
 - g. Investasi untuk efisiensi dalam Pengembangan proses pada SDM: Digitalisasi merupakan biaya investasi yang ditujukan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual. Ini termasuk biaya sistem, platform kerja, pelatihan staf, dan integrasi data internal.
2. Hendaknya Sa'yan Masykuro harus melakukan perbaikan BMC dengan fokus pada elemen *channels*, *partnerships*, *customer relationships*, *value propositions*, *activities*, dan *cost structure*. Perbaikan ini terkait dengan peningkatan serta pengembangan strategi bisnis yang berkaitan dengan operasional bisnis yang berkelanjutan. Selanjutnya, skala prioritas akan diberikan pada elemen *customer segments*, *key resources*, dan *revenue streams*.
 3. Perusahaan harus segera memulai program perbaikan yang menghasilkan desain model bisnis baru yang menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.

B. Sementara itu, Peneliti ingin mendorong peneliti lain untuk memperkaya penelitiannya mengenai kanvas model bisnis agar literatur mengenai strategi dan model bisnis menjadi lebih beragam. Selain itu, studi *Business Model Canvas* (BMC) dapat dikembangkan lebih lanjut dan dikombinasikan dengan alat analisis lainnya.