

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa proses perkembangan bisnis keluarga Shenda Florist dari generasi milenial ke generasi Z berlangsung secara bertahap dan menunjukkan perubahan yang positif. Pada awal berdiri, usaha ini masih dikelola secara sederhana dengan fokus pada penjualan bunga potong, pemasaran terbatas, serta sistem pencatatan yang belum terstruktur. Seiring meningkatnya keterlibatan generasi Z sejak tahun 2022, terjadi perkembangan pada sistem pengelolaan usaha, perluasan variasi produk, strategi pemasaran yang lebih modern, serta peningkatan jumlah pesanan dan omset setiap tahun. Proses transisi generasi juga berjalan secara kolaboratif, di mana generasi milenial memberikan pengalaman dan pengetahuan usaha, sedangkan generasi Z membawa ide baru yang lebih adaptif terhadap perkembangan pasar.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Generasi Z dalam adaptasi teknologi dan inovasi bisnis memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan bisnis Shenda Florist. Generasi Z berperan aktif dalam pemanfaatan media sosial dan *website*, serta pencatatan digital, sehingga pemasaran menjadi lebih luas dan operasional usaha lebih efisien. Selain itu, generasi Z juga mendorong inovasi melalui pengembangan produk yang lebih variatif, layanan *flower class* dan *workshop*, partisipasi *open booth*, serta *rebranding* identitas usaha agar lebih

modern. Perubahan tersebut berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, dan pertumbuhan omset secara konsisten. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan generasi Z menjadi faktor penting dalam mewujudkan keberlanjutan bisnis keluarga Shenda Florist di tengah persaingan usaha yang semakin dinamis.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut:

### 1. Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha, khususnya bisnis keluarga, disarankan untuk memberikan ruang bagi generasi muda dalam proses pengelolaan usaha agar tercipta inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan pasar. Pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, *website*, dan sistem pencatatan digital perlu terus dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan operasional usaha. Selain itu, kolaborasi antara pengalaman generasi sebelumnya dengan kreativitas generasi muda perlu dipertahankan guna mendukung keberlanjutan bisnis di tengah persaingan usaha yang semakin dinamis.

### 2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan tambahan wawasan dalam kajian mengenai bisnis keluarga, keberlanjutan usaha, serta peran generasi Z dalam adaptasi teknologi dan inovasi bisnis. Penelitian ini

juga dapat digunakan sebagai sumber pembelajaran terkait pentingnya proses transisi antar generasi dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha keluarga.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan cakupan yang lebih luas, baik dari segi objek penelitian maupun metode yang digunakan. Penelitian ini berfokus pada perkembangan bisnis keluarga melalui aspek adaptasi teknologi, inovasi, dan keberlanjutan usaha, namun belum mengkaji secara spesifik perkembangan pasar, seperti pertumbuhan jumlah pelanggan maupun perluasan wilayah pemasaran. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengkaji aspek perkembangan pasar dengan menggunakan data yang lebih komprehensif sehingga diperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai kontribusi adaptasi teknologi dan inovasi terhadap perkembangan bisnis keluarga. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat membahas faktor lain yang memengaruhi keberlanjutan bisnis keluarga, seperti kepemimpinan, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran digital.