

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap strategi pengembangan usaha berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas* dan *Ansoff Matrix* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Model bisnis Laamore Pasta telah mencakup sembilan elemen Business Model Canvas, namun penerapannya belum seluruhnya berjalan secara optimal. Value Proposition menjadi elemen yang paling dominan dalam hasil wawancara, terutama melalui kualitas dan konsistensi rasa, harga terjangkau, variasi menu, serta konsep pasta modern yang disesuaikan dengan selera konsumen. Customer Segments Laamore Pasta mencakup mahasiswa, pekerja atau karyawan, keluarga, dan masyarakat sekitar. Pada elemen Channels, penguatan diperlukan pada konsistensi promosi digital dan respons pemesanan, Customer Relationships pada pengelolaan hubungan dan loyalitas pelanggan, Revenue Streams pada pemisahan antara sumber pendapatan yang sudah berjalan dan peluang pendapatan baru, Key Resources pada kesiapan tenaga kerja, peralatan, dan penyimpanan bahan baku, Key Activities pada standardisasi produksi dan pengelolaan pemasaran, Key

2. Partnerships pada pemilihan mitra yang sesuai dengan target pasar dan kesiapan usaha, serta Cost Structure pada pengelolaan biaya operasional dan biaya tambahan akibat pengembangan usaha.
3. Berdasarkan hasil analisis Ansoff Matrix, strategi yang paling sesuai dan menjadi prioritas utama bagi Laamore Pasta saat ini adalah Market Penetration. Strategi ini karena Laamore Pasta telah memiliki produk dan pasar yang terbentuk, sehingga pengembangan usaha terlebih dahulu diarahkan pada peningkatan pembelian ulang pelanggan melalui konsistensi kualitas produk, peningkatan pelayanan, promosi digital, dan program loyalitas pelanggan. Selanjutnya, Product Development, Market Development, dan Diversification dapat diterapkan secara bertahap sesuai dengan kesiapan sumber daya dan kapasitas operasional usaha.
4. Berdasarkan pendekatan Business Model Canvas dan Ansoff Matrix, strategi alternatif yang sesuai bagi Laamore Pasta adalah pengembangan usaha secara bertahap. Pengembangan dimulai dengan memperkuat bisnis utama dan retensi pelanggan, dilanjutkan dengan uji coba pengembangan produk, perluasan pasar setelah kapasitas usaha memadai, dan diversifikasi sebagai tahap lanjutan melalui uji pasar secara berkelanjutan. Urutan tersebut disesuaikan dengan kesiapan sumber daya, kapasitas operasional, biaya, dan risiko usaha.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian pada Laamore Pasta disarankan untuk memprioritaskan penguatan usaha pada pasar yang sudah ada melalui peningkatan konsistensi kualitas dan rasa produk, pelayanan kepada pelanggan, kenyamanan outlet, serta promosi digital yang dilakukan secara konsisten. Selain itu, program loyalitas seperti voucher, potongan harga, bundling, atau promo pelanggan tetap dapat diterapkan untuk mendorong pembelian ulang dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Pengembangan produk sebaiknya dilakukan secara bertahap dengan mempertimbangkan kesiapan sumber daya dan kemampuan operasional usaha. Inovasi dapat dilakukan melalui penambahan variasi menu, topping, paket produk, serta uji coba produk frozen food dalam skala terbatas. Perluasan pasar melalui layanan delivery, platform online, bazar, event, komunitas, serta kolaborasi dengan mitra juga dapat dilakukan setelah kapasitas produksi dan pelayanan dinilai mampu memenuhi peningkatan permintaan. Sementara itu, strategi diversifikasi melalui layanan catering maupun produk turunan seperti saus atau bahan baku pasta sebaiknya dilakukan secara bertahap dan diawali dengan uji pasar untuk mengurangi risiko biaya, persediaan, dan ketidakpastian penerimaan konsumen.

Laamore Pasta juga perlu memperkuat beberapa elemen Business Model Canvas yang belum berjalan secara optimal, terutama pada Channels, Customer Relationships, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure. Penguatan tersebut dapat dilakukan melalui pengelolaan media digital yang lebih terstruktur, standardisasi proses produksi dan pelayanan, peningkatan

kesiapan tenaga kerja dan peralatan, pemilihan mitra yang sesuai dengan target pasar, serta pengelolaan biaya yang lebih terukur sebelum melakukan pengembangan usaha. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan mengevaluasi penerapan strategi yang telah direkomendasikan dalam penelitian ini. Penelitian berikutnya juga dapat mengkaji perubahan penjualan, loyalitas pelanggan, perluasan pasar, serta kesiapan operasional setelah strategi pengembangan usaha diterapkan.