

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan diagram analisis SWOT, posisi strategi pengembangan usaha Cherry Bread House terdapat pada kuadran I yaitu pada strategi yang agresif
2. Diperoleh BMC Aktual yang kemudian menjadi acuan untuk membentuk Matrik SWOT yang selanjutnya dituangkan strategi pengembangan usaha melalui BMC Alternatif Usaha
3. Berdasarkan hasil analisis SWOT, maka strategi yang paling tepat untuk dilaksanakan bagi pengembangan Cherry Bread House pada bidang pemasaran digital adalah :
  - Membuka outlet sendiri yang sesuai konsep estetika karena tempat yang strategis
  - Memanfaatkan media sosial secara masif
  - Membuka toko pada platform *e-commerce*
  - Menyediakan pembayaran non tunai (*cashless*)
  - Menggunakan *branding* yang kuat dan memperbarui pengemasan
  - Memanfaatkan pelatihan dari PT. Sriboga Flour Mill, Pra Koperasi Karomi Jaya dan Pemerintah
  - Mempekerjakan karyawan khusus bagian keuangan dan pemasaran

4. Pemetaan 9 blok bangunan *Business Model Canvas* alternatif sebagai dasar pengembangan usaha melalui pemasaran digital adalah :

- *Customer Segement*

Cherry Bread House memiliki segmentasi pasar di Provinsi Jawa Tengah khususnya Kabupaten Tegal, Kota Tegal, Kab. Brebes dan Kab. Pemasang. Dengan fokus pada *Middle-Up* pada usia produktif dari kalangan pekerja, pegawai dinas dan sebagainya serta memfokuskan pada pengguna layanan internet dan pengguna social media

- *Value Propositions*

Cherry Bread House menawarkan manfaat produk dengan bahan – bahan premium berkualitas tinggi serta perlu melakukan diferensiasi produk, menciptakan desain futuristic yang kekinian dengan menggunakan *Green Technology* atau *Zero Carbon* serta mendaftarkan merknya ke lembaga HAKI & halal.

Cherry Bread House melakukan kegiatan Charity & Reward sebagai bentuk CSR

- *Channels*

Karena letaknya yang strategis, Cherry Bread house perlu membuka outlet baru serta perlu memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* secara masif sebagai saluran distribusi modern serta perlu membuat aplikasi *e-commerce*.

- *Customer Relationships*

Pelayanan pemesanan menggunakan *Whatsapp Business* agar bisa memanfaatkan fitur bisnis yang disediakan.

Menciptakan Customer Service khusus yang menangani masalah pelanggan maupun saluran pemesanan produk serta membuat kuisisioner secara berkala.

- *Revenue Streams*

Cherry Bread House perlu menciptakan 3 saluran pendapatan. Secara langsung melalui outlet dan secara tidak langsung melalui sosial media dan *e-commerce*

- *Key Activities*

Cherry Bread House mulai merencanakan pembuatan outlet dan kegiatan promosi secara masif baik secara daring maupun langsung kepada pelanggan melalui saluran daring

- *Key Resources*

Cherry Bread House perlu menambahkan sumber daya untuk melakukan ekspansi

- *Key Partnerships*

Cherry Bread House perlu mempertahankan mitra usaha yang sudah ada dan menambah sesuai kebutuhan perusahaan

- *Cost Structures*

Cherry Bread House perlu melakukan pencatatan keuangan secara lebih rinci dan memisahkan pengeluaran pribadi dengan pengeluaran usaha

Cherry Bread House perlu menambahkan biaya untuk pemasaran dan *maintenance* mesin.

5. Pra Koperasi Karomi Jaya perlu berperan besar dalam pengembangan usaha para anggotanya yang merupakan produsen usaha atau pegiat UMKM. Beberapa peran tersebut adalah :

- Jasa keuangan
- Penyediaan bahan baku
- Fasilitas pelatihan anggota
- Fasilitas penyelenggaraan kegiatan

6. Pra Koperasi Karomi Jaya juga perlu strategi untuk mengembangkan usahanya. Beberapa strategi yang perlu dilakukan adalah :

- Pembenahan administrasi
- Peningkatan partisipasi anggota
- Penambahan jenis pelatihan dan kegiatan
- Penambahan jenis usaha
- Pembiayaan koperasi

## **5.2. Saran**

Dari hasil observasi lapangan yang dilakukan, peneliti dapat memberikan saran kepada pemilik usaha Cherry Bread House maupun pengurus Pra Koperasi Karomi Jaya, diantaranya adalah :

1. Cherry Bread House perlu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menonjolkan produk serta memperkuat *branding* perusahaan dan melakukan *positioning* di pasar. Pelanggan yang ada pun harus dimanfaatkan sebagai salah

satu usaha untuk dapat mengembangkan usahanya, sehingga kelemahan dan ancaman yang ada dapat diminimalisir. Penting bagi Cherry Bread House untuk melakukan kegiatan promosi secara masif baik di media sosial maupun secara langsung karena dalam hal ini perannya masih sangat minimal.

2. Cherry Bread House perlu lebih memerhatikan kembali bagaimana elemen dari *Business Model Canvas* pada bagian *channels*, *customer relationship* serta *value propositions* untuk lebih dikembangkan. Karena Cherry Bread House sudah memiliki produk dengan kualitas yang cukup baik dan pasar yang cukup jelas, namun penghubung diantara keduanya masih kurang kuat. Sehingga apabila hal tersebut dikembangkan akan memiliki dampak yang cukup besar bagi pengembangan usaha. Begitupun dengan *value propositions* yang perlu diperkuat kembali agar perusahaan memiliki nilai yang positif dimata pelanggan dan masyarakat sekitar, selain menambahkan nilai produk, perusahaan juga perlu menciptakan nilai secara sosial baik kepada internal perusahaan berupa reward kepada karyawan maupun CSR kepada masyarakat dilingkungan sekitar. Hubungan baik antara perusahaan dengan pihak luar diyakini mampu mendongkrak daya beli masyarakat kepada produk yang dimiliki Cherry Bread House
3. Pra Koperasi Karomi Jaya juga perlu untuk segera membuat sistem valid yang kuat dan tegas serta menciptakan program – program yang diinginkan oleh anggota. Hal tersebut diharapkan mampu menaikkan umpan balik dari para anggota agar hubungan timbal balik positif dapat terjalin antara koperasi dan anggotanya.