

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi pada perusahaan CV Jaya Hanjaya, maka penulis dapat menyimpulkan setiap aspek dalam perusahaan menggunakan *Business Model Canvas*:

1. Model bisnis CV Jaya Hanjaya saat ini menggunakan *Business Model Canvas*. Adapun BMC CV Jaya Hanjaya terbagi menjadi beberapa segmen yaitu:
 - a. *Customer Segments* : kelompok pelanggan perusahaan masuk ke dalam pasar *segmented* dengan pelanggan yang terdiri dari masyarakat umum dan kontraktor.
 - b. *Value Proposition* : faktor nilai yang diberikan perusahaan kepada pelanggan terdiri dari nilai *performance* dengan memberikan pelayanan yang *fast respond*, nilai *getting the job done* dengan membantu konsumen mencari solusi, dan nilai *price* dengan memberikan harga yang kompetitif untuk pembelian dalam jumlah besar.
 - c. *Channels* : perusahaan menggunakan saluran pribadi dengan memanfaatkan *sales* dalam berkomunikasi dengan pelanggan.
 - d. *Customer Relationship* : perusahaan menempatkan posisi sebagai *personal assistance* bagi pelanggan yang didorong dengan 3 motivasi yang terdiri dari akuisisi pelanggan, mempertahankan pelanggan, dan peningkatan penjualan.
 - e. *Revenue Stream* : perusahaan memiliki aliran pendapatan dari setiap penjualan produk dengan melakukan penetapan harga secara dinamis.
 - f. *Key Resource* : perusahaan memiliki sumber daya kunci seperti sumber daya manusia yang terdiri dari setiap karyawan yang berpengalaman, memiliki sumber daya fisik sendiri seperti gedung dan kendaraan, memiliki sumber intelektual dengan adanya Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), memiliki sumber keuangan dengan menerapkan sistem pembayaran 2 minggu bagi pelanggan dan 1 bulan pembayaran kepada pemasok.

- g. *Key Activities* : perusahaan memiliki aktivitas kunci yang terdiri dari pemecahan masalah dengan memberikan konsultasi *pre-sales* kepada konsumen.
 - h. *Key Partnership* : Perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan setiap *supplier* guna mendapatkan kepercayaan *supplier*, dan dengan begitu perusahaan bisa mendapatkan harga yang lebih murah.
 - i. *Cost Structure* : Perusahaan melakukan struktur biaya dalam seluruh aspek perusahaan meliputi biaya perawatan gedung, gaji pegawai, biaya listrik, biaya atas pengadaan stok gudang, dan biaya distribusi.
2. Model bisnis CV Jaya Hanjaya yang telah dirancang dianalisis kembali menggunakan analisa SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan sebagai berikut:
- a. *Customer Segments* : Segmentasi konsumen yang dibangun perusahaan sudah cukup baik tetapi bisa lebih dikembangkan lagi agar meraih pasar yang lebih luas lagi dan mencegah pelanggan berpindah kepada pesaing.
 - b. *Value Proposition* : beberapa kinerja karyawan yang *fast respond* tidak didukung dengan SDM yang terlatih sehingga dapat mengurangi nilai perusahaan. Perusahaan dapat melihat beberapa elemen baru untuk meningkatkan kepuasan konsumen dibandingkan pesaing.
 - c. *Channels* : perusahaan sudah memiliki saluran distribusi yang baik tetapi dengan menggunakan *channel* pribadi membutuhkan biaya yang besar. Perusahaan dapat memanfaatkan saluran lain agar dapat menghadapi persaingan yang ketat.
 - d. *Customer Relationship* : perusahaan sudah menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan tetapi kurangnya *follow up* kepada konsumen setelah selesai transaksi dapat menjadikan pelanggan lebih suka terhadap pesaing yang memiliki hubungan yang lebih beragam dengan pelanggan.
 - e. *Revenue Stream* : perusahaan memiliki keunggulan dalam memprediksi pendapatannya dengan cukup baik namun perusahaan masih mengejar penjualan dengan *quantity* yang banyak sehingga margin yang diterima lebih kecil. Hal ini mungkin perusahaan dapat mencari sumber pendapatan lain agar tidak bergantung dari satu sumber saja.

- f. *Key Resource* : perusahaan sudah memiliki sumber daya yang baik dari berbagai aspek namun pada sumber daya manusia perlu adanya peningkatan kualitas agar semakin optimal bagi perusahaan.
 - g. *Key Activities* : perusahaan memiliki *problem solving* dalam membantu konsumen mendapatkan solusi namun terdapat kegiatan kunci yang memerlukan tempat yang lebih besar agar sebanding dengan jumlah pembelian produk.
 - h. *Key Partnership* : perusahaan menjalin hubungan baik dengan setiap pemasok namun perusahaan dapat melihat beberapa *supplier* lain yang memiliki jarak yang dekat dengan gudang untuk meminimalisir biaya.
 - i. *Cost Structure* : perusahaan memiliki struktur biaya yang baik dan teratur. Perusahaan masih dapat meminimalisir beberapa biaya lainnya.
3. Melihat hasil evaluasi dari analisis SWOT maka penulis dapat mengusulkan model bisnis CV Jaya Hanjaya yang baru sebagai berikut:
- a. *Customer Segments* : Segmentasi konsumen yang awalnya bersifat B2C dapat diperluas dengan menambah segmen baru yaitu B2B melalui adanya *reseller*.
 - b. *Value Proposition* : Perusahaan dapat menarik *awareness* konsumen dan menambah kepuasan konsumen maka perusahaan dapat menambah nilai-nilai baru dalam *value proposition* seperti memperbaharui nilai *price*, *newness*, dan *accessibility*.
 - c. *Channels* : Perusahaan dapat memperluas saluran distribusi dengan bekerja sama melalui mitra jaringan (*partner channel*) yaitu *reseller* dengan *system Purchasing Order (PO)*.
 - d. *Customer Relationship* : Perusahaan dapat melakukan *follow up* setelah transaksi selesai sehingga dapat membantu menjaga hubungan pelanggan untuk jangka panjang.
 - e. *Revenue Stream* : Perusahaan dapat menambahkan pendapatan lain selain penjualan produk seperti penjualan jasa.
 - f. *Key Resource* : Pada bagian sumber daya manusia dapat diberikan pelatihan intensif sehingga menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas.

- g. *Key Activities* : Menambah aktivitas kunci seperti membuat sistem untuk pencatatan penjualan dan pembelian agar mempermudah jalannya bisnis.
- h. *Key Partnership* : Membuat kerjasama lebih dari 1 *supplier* yang memberikan penawaran harga lebih rendah
- i. *Cost Structure* : Perusahaan dapat meminimalisir biaya-biaya yang dapat dikurangi seperti mematikan lampu jika tidak diperlukan, dan lainnya.

5.2. Saran

Hasil analisis SWOT pada *Business Model Canvas* menunjukkan bahwa model bisnis perusahaan masih dapat dikembangkan lagi. Berikut saran yang dapat diberikan kepada beberapa pihak :

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan CV Jaya Hanjaya dapat meningkatkan nilai-nilai perusahaan dengan mencoba bekerja sama dengan *partner channel* seperti *reseller* yang baik untuk memperluas jangkauan pasar dan menambah segmentasi konsumen. Hal ini didukung juga dengan pelatihan para karyawan agar tetap menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas untuk menunjang peningkatan produktivitas perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi para peneliti yang berhubungan dengan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* dan dapat mencari lebih banyak sumber dan juga referensi lain serta melihat secara menyeluruh aspek-aspek apa saja yang dapat dikembangkan dalam bisnis model kanvas dengan melihat kekuatan dan kelemahannya.

3. Bagi Bisnis Serupa

Bisnis serupa dapat menggunakan *Business Model Canvas* sebagai model bisnisnya dan menjadikan penelitian ini sebagai referensi dengan melihat keseluruhan bisnis dari 9 elemen dan masing-masing elemennya dilakukan evaluasi kembali sehingga dapat membantu para pebisnis dalam mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dincer, O. (2007). *Strategik Yönetim ve İşletme Politikası*. Istanbul: Alfa Basım Yayım.
- Fahmi, & Irfan. (2013). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Glass. (1991). *Pro-active Management: How to Improve Your Management Performance*. East Brunswick: Nicholas Publishing.
- Gurel, E., & E., T. (2017). SWOT Analysis : A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, Vol. 10 No.51.
- Harrison , J. S., & John, C. H. (2004). *Foundations in Strategic Management*. USA: South Western.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management. 14th Edition*. England : Pearson Education.
- Nielsen, C., & Lund, M. (2014). *Business Model Design : Networking, Innovating and Globalizing*. United States: bookboon.
- Osterwalder, Alexander , & Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pearce, J., Robinson , J., & Richard B, B. (2007). *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robinson, M., & Lock, S. (2016). *Introducing the Business Model Canvas*. United Kingdom: Arts Marketing Association.
- Rusdiana. (2018). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: CV. Pustaka Setia.
- Sadsoeitoeboen, B. M., Aipassa, M. I., Sumaryono, M., & Sulistioadi, Y. B. (2021). SWOT Analysis in Determining the Management Strategy of Rendani River Catchment Area in Manokwari District. *Atlantis Press*, Vol 11 .
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. 7th Edition*. West Sussex: John Wiley & Sons.
- Sort, C. J., & Nielsen, C. (2018). Using The Business Model Canvas to Improve Investment Processes. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 20 No. 1, pp. 10-33.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Taylor, & Bogdan. (1984). *Bentuk Penelitian Kualitatif Teori Dalam Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Mizan Pustaka.
- Thompson, A. A., Strickland, A. J., & Gamble, J. E. (2007). *Crafting and Executing Strategy-Concepts and Cases*. USA: McGraw Hill.
- Wongkar, I. C. (2015). Formulasi Model Bisnis Pada Toko Sinar Bangunan Menggunakan Business Model Canvas . *AGORA*, Vol.3 No.2.
- Xing, K., & Ness, D. (2016). Transition to Product-service Systems: Principles and Business Model. *Procedia CIRP*, pp 525–530.
- Zimmerer, W. T. (1996). *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

Sumber Internet:

- Data Industri Research. (2022). *Tren Data Pertumbuhan Industri Konstruksi, 2011 – 2022*. Retrieved from Data Industri Research: <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-konstruksi/#:~:text=Pada%20kuartal%203%202022%2C%20data,tumbuh%20sebesar%202%2C16%20persen.>
- Pusat Kebijakan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara. (2016). *Dampak Perkembangan Sektor Properti terhadap Perekonomian Daerah: Optimalisasi Penerimaan Pemerintah Daerah dari Sektor Properti*. Retrieved from Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan Republik Indonesia : <https://fiskal.kemenkeu.go.id/kajian/2016/09/27/112320261370982-dampak-perkembangan-sektor-properti-terhadap-perekonomian-daerah-optimalisasi-penerimaan-pemerintah-daerah-dari-sektor-properti>