

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan diberikan mengenai kesimpulan dan saran terhadap peneliti yang telah dilakukan dan dijabarkan pada bab sebelumnya. Adapun kesimpulan yang diberikan menjawab tujuan penelitian. Selain itu, diberikan juga saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan pada More Cookies maupun untuk penelitian-penelitian berikutnya.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pengolahan data yang sebelumnya sudah dilakukan terdapat beberapa kesimpulan yang didapat. Adapun kesimpulan yang diperoleh dari penelitian mengenai perancangan model bisnis pada More Cookies menggunakan *Business Model Canvas* dibagi kedalam 3 poin sebagai berikut.

1. Terdapat Rancangan model baru Berdasarkan hasil usulan *Business Model Canvas* adalah dengan beberapa poin sebagai berikut.
  - a. More Cookies membuat lebih spesifik segmentasi pelanggan, aktif menggunakan media sosial sehingga dapat lebih interaktif dan konsisten dalam melakukan promosi. Promosi yang dapat dilakukan adalah diskon produk, membuat konten dan melakukan promosi menggunakan platform sosial media dan *e-commerce*.
  - b. Terdapat penambahan *partner* dalam More Cookies menjalankan bisnisnya, yaitu Paris Van Java dan kerja sama dengan mitra terpilih. Terdapat juga penambahan kegiatan yaitu mengikuti acara-acara pameran makanan dan evaluasi kinerja karyawan.
  - c. More Cookies memiliki beberapa tambahan biaya yang perlu dikeluarkan, yaitu biaya promosi dan biaya pembukaan toko *offline* yang terdiri dari biaya tetap, biaya variabel, biaya depresiasi, dan biaya investasi.

## **V.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan untuk pemilik More Cookies beserta dengan penelitian selanjutnya. Berikut merupakan beberapa saran yang dapat diberikan.

1. Sebaiknya dilakukan evaluasi secara berkala terkait perencanaan bisnis yang diberikan agar More Cookies dapat menyesuaikan dengan kondisi aktual yang terjadi.
2. More Cookies harus mempertahankan kualitas dan nilai yang ditawarkan kepada konsumen, meningkatkan pemasaran untuk mencapai target pasar, serta meningkatkan pelayanan kepada pelanggan guna memperbesar peluang untuk mengembangkan bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M. K. (2007). Analisis Usaha Kecil dan Menengah. Yogyakarta: Andi Offset.
- Barnes, C., Blake, H., & Pinder, D. (2009). *Creating and Delivering Your Value Proposition*. London: Kogan Page.
- Bateman & Snell. (2008). Manajemen: Kepemimpinan dan Kolaborasi dalam Dunia yang Kompetitif, Alih Bahasa Chriswan Sungkono dan Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat.
- Grewal, D., Levy, M., Mathews, S., Harrigan, P., & Bucic, T. (2003). *Marketing*. McGraw-Hill Education, 217-218.
- Kotler, P., & Keller K. L. (2012). Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. Essex: Pearson Education, Inc.
- Kasmir & Jakfar. (2015). Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Muhammad, Barlin. (2009). Akuntansi Edisi 6. Indeks, Yogyakarta
- Newnan, D. G. (1990). *Engineering Economic Analysis. Third Edition*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Osterwalder, A., & Pigneur. Y. (2010). *Business Model Canvas*. (T. Clark, Ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design*. New Jersey L John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., & Pigneur. Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Riyanti, B. P. D. (2003). Kewirausahaan Dari Sudut Pandang. Psikologi Kepribadian. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Suarni. (2009). Prospek Pemanfaatan Tepung Jagung Untuk Kue Kering (Cookies). Jurnal Litbang Pertanian, 28(2), 63-71.

Tim PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas*, Penerapan di Indonesia.  
Penerbit: PPM.