

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan BMC (Bisnis Model Canvas) Homemade Kitchen memiliki model bisnis *Value Proposition* yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Homemade Kitchen menawarkan pelayanan dapat melakukan request menu masakan dan harga sesuai dengan permintaan konsumen yang menarik perhatian konsumen maka perlu adanya mempertahankan dan meningkatkan pelayanan Homemade Kitchen sehingga konsumen tetap setia pada Homemade Kitchen.
2. Berdasarkan matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) didapatkan hasil bahwa nilai tertimbang dari IFE sebesar 3.4 dan nilai tertimbang dari EFE sebesar 3.37. Pada hasil tersebut menghasilkan perpotongan dari kedua nilai yaitu terletak pada kuadran I yaitu dengan menggunakan strategi *growth and build* yang akan digunakan dengan strategi intensif.
3. Berdasarkan dari hasil QSPM strategi alternatif prioritas utama yang terpilih dengan bobot penilaian paling tinggi yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan dengan nilai TAS sebesar 17.00

5.2 Saran

Saran yang diberikan kepada Homemade Kitchen adalah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen Homemade Kitchen, diharapkan Homemade Kitchen lebih konsisten mengenai kualitas rasa dari masakan, kemudian meningkatkan pelayanan dalam melayani konsumen Homemade Kitchen ketika ada konsumen yang *request* menu masakan diluar menu Homemade Kitchen seperti memberikan minimal pembelian yang tidak terlalu banyak sehingga tidak menyulitkan pembeli, tidak hanya itu Homemade Kitchen juga perlu memperhatikan layanan pesan antar gratis yang ditawarkan kepada konsumen untuk diharapkan dapat lebih luas lagi jangkauannya. Homemade

Kitchen membuat penawaran baru yang menarik kepada konsumen seperti inovasi-inovasi menu masakan yang unik, membuat paket makan dengan harga yang terjangkau, memberikan promo yang menarik seperti potongan harga pada pemesanan yang ditentukan dengan adanya hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap Homemade Kitchen.

