

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Pengembangan Bisnis Gristuff Store Dengan Pendekatan Business Model Canvas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

- Pada sembilan elemen Business Model Canvas, terdapat tiga elemen yang unggul yang dimiliki Gristuff Store yaitu *Value Proposition, Channels, dan Customer Segment*. Pada elemen Value Proposition, Gristuff Store memberikan yang terbaik untuk pelanggan dengan menyediakan produk berkualitas yang dapat dibeli secara ecer dan tidak pre-order untuk menciptakan proporsi nilai yang baik bagi pelanggan, lalu selanjutnya yaitu elemen Channels dimana Gristuff Store melakukan promosi untuk memasarkan produk, memberi informasi mengenai produk melalui media sosial Instagram dan twitter sehingga Gristuff Store dapat dikenal secara luas. Dan elemen Customer Segment yaitu target pelanggan yang ditentukan oleh Gristuff Store, target pelanggan Gristuff Store adalah kalangan remaja sampai dewasa
- Gristuff Store dapat menggunakan serta mengembangkan strategi SO (*Strength Opportunity*) yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengambil peluang yang ada sehingga Gristuff Store dapat mengembangkan bisnis secara maksimal

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap Gristuff Store, masih terdapat kekurangan pada beberapa elemen. Maka dari itu saran terhadap hasil penelitian strategi pengembangan bisnis Gristuff Store dengan pendekatan Business Model Canvas yaitu :

- Mengembangkan elemen *Customer Relationship*, *Key Activities*, dan *Cost Structure*, 3 elemen tersebut masuk kategori elemen yang lemah diantara elemen lainnya.
- Mengembangkan elemen *Customer Relationship* dengan melakukan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan, memberi promo menarik dan tetap menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Serta mengembangkan variasi produk dan memberi informasinya melalui media sosial agar pelanggan dapat mengetahui Gristuff Store lebih jauh. Lalu mengembangkan elemen *Key Activities* dengan melakukan promosi yang lebih aktif ke sosial media seperti mengunggah bukti testimoni pelanggan dan promosi produk ke dalam komunitas kolektor sehingga aktivitas utama penjualan dapat berkembang lebih pesat. Dan terakhir mengembangkan elemen *Cost Structure* yaitu dengan membuat biaya lebih terkontrol dengan baik, sehingga tidak berpengaruh pada harga jual produk, jika perusahaan dapat memprediksi dengan baik biaya – biaya keperluan bahan kemas maupun lainnya maka pengembangan usaha akan berjalan dengan baik.