

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai analisis strategi pengembangan bisnis Singkong Keju Argotelo melalui metode *Business Model Canvas*, maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu:

1. Gambaran model bisnis yang dijalankan oleh Argotelo saat ini adalah B2B, B2C, dan B2G, B2B merupakan pelanggan yang melakukan pembelian untuk dijual kembali seperti agen dan *reseller*, horeka, dan biro wisata. Pelanggan B2C yaitu pelanggan tingkat akhir yang melakukan pembelian untuk dikonsumsi sendiri, sedangkan B2G merupakan pelanggan yang berasal dari beberapa instansi pemerintah di Kota Salatiga.
2. Gambaran model bisnis Argotelo melalui metode *Business Model Canvas* menunjukkan bahwa saat ini beberapa elemen dapat menjadi kekuatan maupun kelemahan. Elemen *channel*, *key resources*, *key activities*, dan juga *key partners* menjadi kekuatan bagi Argotelo, sedangkan pada elemen *customer segments*, *value proposition*, *customer relationships*, *revenue streams*, dan juga *cost structure* masih menjadi kelemahan bagi Argotelo. Dalam menjalankan bisnisnya saat ini, Argotelo lebih kepada pengembangan produk seperti peluncuran produk

3. baru, varian baru, atau paket-paket hemat baru yang ditujukan dan dijual ke pasar yang telah ada. Hal ini dilatarbelakangi untuk menarik kepuasan kepuasan pada produk baru karena ada pengalaman dan respon positif yang dirasakan pada produk lama.
4. Strategi yang tepat untuk Argotelo adalah perubahan dari ‘Pengembangan Produk’ menuju ‘Diversifikasi’. Diversifikasi horizontal merupakan strategi yang cocok diterapkan untuk Argotelo, yaitu melalui pengembangan internal dengan membangun produk baru dengan strategi inovasi dan *research and development*, serta membangun pasar baru dengan strategi promosi dan ekspansi.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pada Argotelo, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengembangkan bisnisnya ke depan, Argotelo perlu untuk mengembangkan produknya atau membuat produk baru dan memperluas segmentasi serta jangkauan pemasaran yang diikuti dengan promosi dan *research and development*.
2. Dalam mengembangkan produknya atau peluncuran produk baru, Argotelo perlu berinovasi seperti membuat varian baru, membuat pilihan ukuran kemasan, membuat paket-paket produk, dan juga mengembangkan wisata edukasi dalam

rangka untuk menambah nilai baru yang dapat ditawarkan kepada konsumen sehingga dapat bersaing dengan para kompetitornya.

3. Argotelo perlu untuk melakukan *research and development* sederhana seperti melalui data penjualan tertinggi, tren pasar, interaksi langsung dengan pelanggan, dan juga melalui mitra kerja samanya sehingga dapat menganalisis keinginan dan kebutuhan pasar agar produknya tepat sasaran dan berhasil.
4. Argotelo perlu untuk memanfaatkan agen-agen dan *reseller*-nya yang berada di Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa sehingga persebarannya bisa merata, menambah kerja sama dengan agen-agen dan *reseller* yang belum ada di beberapa daerah, serta lebih memaksimalkan sosial media sebagai sarana promosi.
5. Supaya tetap *sustain* dan berkembang, Argotelo perlu untuk mengoptimalkan kekuatan dan potensi yang dimiliki serta memperbaiki kekurangan dan kendala yang terjadi.