

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan yang telah dilakukan dari penelitian memiliki tujuan dapat mengetahui gambaran usaha pada usaha DNA Knalpot saat ini dalam menjalankan strategi bisnisnya dan mendapatkan struktur elemen *business model canvas* dalam mendukung digitalisasi sehingga dapat mempengaruhi DNA knalpot dalam menghadapi perkembangan teknologi, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Gambaran model usaha pada DNA Knalpot dalam menjalankan strategi bisnisnya dengan pendekatan *business model canvas*. Pada faktor kekuatan pada DNA knalpot elemen yang diterapkan yaitu *channels* dengan memanfaatkan sosial media dan *e-commerce* dalam memasarkan produknya. Pada elemen *key resources* yang diterapkan berupa *asset physical* milik pribadi, Tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman. Elemen selanjutnya yaitu *cost structure* berupa modal yang dimiliki merupakan milik pribadi. Sedangkan faktor kelemahan pada DNA knalpot yaitu pada elemen *key resources* antara lain proses produksi masih menggunakan alat sederhana, dan produk yang dihasilkan belum memiliki hak paten sendiri. Elemen *customer relationship* yaitu rentan akan penipuan yang dilakukan oleh pelanggan maupun sistem COD yang diterapkan. Selanjutnya pada elemen *key partnership* yaitu kurang selektif dalam memilih mitra kerja dan elemen *revenue stream* yaitu tidak adanya sumber pendapatan lain selain penjualan knalpot.
2. Strategi pengembangan usaha pada DNA knalpot berdasarkan elemen *business model canvas* dapat diketahui pada rencana model bisnis baru. Perubahan antara *business model canvas existing* dengan usulan rencana model bisnis berupa *business model canvas* baru. Perbedaan tersebut ada pada elemen *key partner* dengan menjalin kerjasama dengan mitra lain seperti bengkel sepeda motor maupun toko *spare part* dan

mengimplementasikan program dari pemerintah akan pengembangan usaha knalpot. Perubahan pada elemen *key activities* dengan memproduksi dB *killer* maupun komponen kendaraan listrik, serta pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas kerja. Elemen *value proposition* dengan memproduksi berbagai jenis knalpot serta menerima *custom* produk oleh pelanggan. Perbedaan signifikan ada pada elemen *customer relationship* yaitu memperluas promosi, serta konsumen dapat memesan warna maupun jenis sesuai keinginan pelanggan. Elemen *customer segment* dengan melebarkan promosi kepada komunitas sepeda motor. Serta pada *cost structure* dengan menambahkan biaya *custom* produk. Penggunaan teknologi digital pada elemen *business model canvas* terdapat pada elemen *key partners*, *key activities*, dan *key resources*. Elemen yang pertama pada *key partners* yaitu dengan mengikuti program pemerintah melalui program SNI yang diadakan bagi para pengrajin knalpot Purbalingga, serta Program Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM) juga disediakan untuk membantu UMKM agar tetap bisa menjalankan operasional bisnis dengan cerdas demi meningkatkan perekonomian nasional. Kedua pada *key activities* yaitu dengan meningkatkan kualitas manajemen melalui pencatatan penjualan dengan memanfaatkan teknologi digital dan pencatatan *database* pelanggan. Selanjutnya elemen *key resources* dengan mengoptimalkan media *online* untuk mendaftarkan merek dagang atau *brand* produk dan menambah karyawan untuk mengatur pembukuan.

5.2. Saran

Saran yang diberikan kepada peneliti dalam melakukan penelitian lebih lanjut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Saran bagi penelitian selanjutnya yang perlu dilakukan untuk membuat *output* dari *business model canvas* lebih reliabel untuk digunakan sebagai pengambil keputusan kelayakan usaha.
2. Melakukan penelitian lebih mendalam pada tiap elemen pada *business model canvas* menggunakan metode analisis lain, sehingga dapat

melengkapi hasil penelitian bagi perancangan model bisnis perusahaan yang lebih baik.

3. Dapat melakukan riset tentang inovasi model bisnis pada perusahaan lainnya seperti perusahaan jasa agar penelitian tersebut menjadi lebih luas.