

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hasil Analisa BMC Mina Tani Farm Sekarang :

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Segmen pelanggan dari Mina Tani Farm adalah Orang atau masyarakat yang ingin hidup sehat dengan mengkonsumsi sayur sehat, seperti vegetarian maupun komunitas dan Kelas *Middle up* (Perorangan, komunitas, café dan resto).

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Proposisi nilai merupakan alasan mengapa konsumen memerlukan/membeli produk dari Mina Tani Farm. *Value Proposition* dari Mina Tani Farm adalah produk berupa selada dengan teknik budidaya hidroponik, edukasi dan pengenalan tentang hidroponik dan cara budidaya hidroponik.

3. *Channels* (Saluran)

Saluran merupakan gambaran bagaimana Mina Tani Farm bisa berkomunikasi dengan konsumen untuk memberikan *Value Propositions*. Channels dari Mina Tani Farm untuk yang offline : *word of mouth*, *customer get customer*, pameran atau event, dan retail mitra. Untuk yang online : media social (Instagram, Whatsapp dan Facebook).

4. *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

Customer Relationships merupakan gambaran hubungan Mina Tani Farm dengan pelanggannya yaitu bantuan personal : komunikasi secara langsung, via telepon atau via social media (Instagram, Whatss App dan Facebook) dan layanan khusus berupa delivery order ke tempat customer.

5. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Key Resources adalah gambaran aset penting yang diperlukan Mina Tani Farm agar semua model bisnis bisa berfungsi dan digunakan sebagai penunjang dalam kegiatan usaha.

Key Resources Hidroponik Mina Tani Farm adalah sebagai berikut:

- a) Fisik: lahan kebun, alat, instrument, bibit dan pupuk
- b) SDM: tenaga kerja
- c) SDA : Air dan Matahari

6. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)

Key Activities merupakan gambaran hal-hal penting yang harus dilakukan oleh Mina Tani Farm agar model bisnis dapat berjalan dengan baik. Adapun aktivitas kunci dari Mina Tani Farm adalah kegiatan produksi dari mulai seeding, semai, proses panen, hingga packaging produk dan melakukan penjualan. Selain itu, quality control juga dilakukan dengan melakukan pemeliharaan dan kalibrasi alat serta sistem untuk menjaga agar semuanya berjalan dengan baik sehingga dapat menghasilkan produk dengan kualitas premium.

7. *Key Partners* (kemitraan Utama)

Key Partners merupakan gambaran hubungan kemitraan yang dilakukan oleh dari Mina Tani Farm kepada pihak lainnya. Hal digunakan untuk menunjang aktivitas bisnis yang dilaksanakan. Dimana kemitraan utama Mina Tani Farm adalah mitra dan pemasok. Untuk mitranya dari Pedagang kebab dan burger, café, resto dan catering. Untuk pemasoknya dari pemasok bahan baku seperti rockwool, bibit, nutrisi dan pemasok peralatan.

8. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Cost Structure dari Mina Tani Farm adalah sumber daya manusia, biaya fisik, biaya pemeliharaan alat, biaya operasional, dan biaya distribusi. Biaya fisik berupa instrumen atau sistem dan alat merupakan biaya paling besar yang dikeluarkan oleh Mina Tani Farm karena biaya tersebut merupakan modal awal dalam melakukan kegiatan bisnis di bidang

hidroponik

9. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan)

Revenue Streams merupakan gambaran uang tunai yang diperoleh dari *Customer Segments*. Arus pendapatan dari Mina Tani Farm adalah penjualan dari penjualan produk yaitu selada hidroponik. Selain itu, Mina Tani Farm mendapatkan pendapatan dari penjualan perlengkapan atau starter kit bercocok tanam hidroponik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan skala hobi. Lalu, Mina Tani Farm juga mendapatkan pendapatan dari memberikan layanan jasa berupa konsultan farming bagi mereka yang ingin membuat kebun dengan skala bisnis maupun skala hobi dan memberikan edukasi atau pelatihan dimana pihak dari Mina Tani Farm diminta untuk menjadi narasumber dalam event atau acara tertentu.

Hasil Analisa BMC Mina Tani Farm Ke depan :

Hasil dari analisa BMC ke depan adalah membuat program loyalitas pelanggan seperti layanan antar, membership, dan diskon khusus hubungan pelanggan. Membuat produk makanan dari olahan selada, seperti salad dan keripik selada pada proposisi nilai. Pelatihan edukasi dari penanaman hingga produk yang siap saji pada arus pendapatan.

Strategi Pengembangan Bisnis Mina Tani Farm :

Strategi pengembangan usaha Mina Tani Farm yang terpilih berdasarkan analisa SWOT diperoleh strategi S-O dengan prioritas alternatif strateginya yang pertama adalah melakukan pengembangan produk olahan sayur hidroponik. Kemudian mempertahankan pasar potensial yang sudah ada. Yang terakhir adalah membuat program loyalitas pelanggan seperti layanan antar, membership, dan diskon khusus.

5.2 SARAN

1. Dalam melakukan penelitian lanjutan diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk mengidentifikasi masalah persaingan kompetitor.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar mencari data konsumen yang minat terhadap sayuran hidroponik yang ada di daerah Pati.
3. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan matriks QSPM untuk menentukan perkembangan hidroponik.

