

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Naswav *Bouquet*” penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Naswav *Bouquet* melakukan analisa permasalahan konsumen guna mengevaluasi perusahaan dari segi kualitas produk *bouquet*, pelayanan, kemasan, desain, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan produk yang lebih kreatif dan menarik dimasa depan.

Naswav *Bouquet* menggunakan metode *business model canvas* yang terdiri dari sembilan element (*customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resource, key activities, key partner, cost structure*), dan menggunakan strategi pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*), penulis akan memaksimalkan point-point yang dapat digunakan sebagai upaya meningkatkan sekaligus mempertahankan pelayanan perusahaan, kualitas produk, dan keunikan produk agar dapat mempertahankan perusahaan ketika adanya persaingan dengan kompetitor bisnis sejenis.

Naswav *Bouquet* melakukan analisis *matrix* SWOT yang terdapat identifikasi internal dan eksternal yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Pada analisa *matrix* SWOT ini Naswav *Bouquet* berada di posisi kuadran I, dimana strategi SO (*strengths-opportunities*) yang bermakna menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan dan memaksimalkan peluang yang ada, dalam situasi ini Naswav *Bouquet* direkomendasikan bersikap agresif dalam menghadapi kondisi internal dan eksternal perusahaan, mengambil inisiatif ekspansi pengembangan produk *bouquet*.

Naswav *Bouquet* juga memetakan ukuran pasar menggunakan metode perhitungan TAM, SAM, SOM. Metode ini dipilih karena lebih mudah dalam memetakan konsumen potensial dalam sebuah usaha dan salah satunya untuk usaha Naswav *Bouquet*. Tentunya dengan data yang diperoleh membuat Naswav *Bouquet* lebih terfokuskan dalam menentukan target pasar yang ditujunya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian pengembangan bisnis Naswav *Bouquet* terdapat saran untuk perusahaan yaitu perlu memperkuat strategi pemasarannya dengan memperluas pasar baik secara geografis maupun demografis. Guna meningkatkan minat konsumen, bisa dengan berinovasi dan berkreasi menambah model produk atau desain produk *bouquet* sesuai permintaan konsumen demi kepuasan pelanggan. Melakukan penjualan *online* dengan cara iklan berbayar di *instagram*, *whatsapp*, *facebook*, *tiktok*, *shopee*. Melakukan penjualan *offline* dengan cara berjualan pada *event-event* penting seperti wisuda dan bazar. Berkolaborasi dengan MUA, toko aksesoris atau *gift*, *influencer* dan *event organizer* lainnya.

Jika dilihat dari sisi sumber daya manusia, terdapat saran perlu menambahkan tenaga kerja, untuk mengantisipasi adanya lonjakan permintaan pada masa-masa tertentu seperti event besar wisuda, dan hari-hari penting lainnya. Serta Naswav *Bouquet* perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap semua aktivitas perusahaan Naswav *Bouquet* guna memastikan bahwa semua dapat berjalan sesuai strategi yang digunakan.