

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian dalam Strategi Pengembangan Bisnis Bakso Tresno melalui pendekatan metode Analisis SWOT dan BMC (Business Model Canvas) dapat disimpulkan bahwa, Bakso Tresno melakukan analisis permasalahan konsumen guna untuk mengetahui preferensi pasar terhadap produk bakso di wilayah Baturaja. Dengan melalui kuesioner yang melibatkan 41 responden, hasil analisis permasalahan konsumen berguna untuk mengukur dan membandingkan kualitas produk, cita rasa kuah, konsistensi rasa, serta kebersihan tempat terhadap kebutuhan dan harapan konsumen dalam memperoleh kepuasan sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan bisnis.

Bakso Tresno mengusung strategi untuk meningkatkan kualitas bahan baku dengan komposisi daging yang lebih dominan, pengembangan cita rasa kuah yang gurih dan konsisten sesuai dengan preferensi dan kebutuhan segmentasi pasar, peningkatan standar kebersihan tempat usaha untuk menciptakan pengalaman dan kenyamanan konsumen, serta penguatan branding bisnis untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap nilai produk dengan harga terjangkau dan kualitas yang terjamin.

Lebih dari sekedar untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Bakso Tresno juga memiliki visi positif untuk berkontribusi dalam upaya membangun pertumbuhan perekonomian lokal melalui pemberdayaan tenaga kerja dan kerja sama dengan pemasok bahan baku di lingkungan sekitar, khususnya di wilayah Kecamatan Baturaja. Dengan demikian, selain membangun bisnis yang berdaya saing dan keberlanjutan, Bakso Tresno juga berperan aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan pengembangan UMKM kuliner di Sumatera Selatan.

Dengan adanya perencanaan strategi pemasaran, operasional, serta rencana pengembangan jangka pendek dan jangka panjang yang telah disusun, Bakso Tresno diharapkan mampu berkembang menjadi usaha kuliner yang berkelanjutan, kompetitif, dan memberikan dampak positif bagi konsumen maupun lingkungan sekitar.

5.2. Saran

Berdasarkan pemaparan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebagai strategi dalam upaya pengembangan usaha bisnis Bakso Tresno yang terus tumbuh berkembang

dan berkelanjutan bersaing di pasaran, beberapa hal yang sangat perlu untuk segera dilakukan dalam perbaikan dan peningkatan kualitas bisnis diantaranya:

1. Pengoptimalan ketersediaan akses pelayanan yang telah diterapkan sebagai penawaran nilai tambah oleh Bakso Tresno, seperti: optimalisasi layanan pemesanan melalui platform ojek online untuk memperluas jangkauan pasar, penyediaan sistem pembayaran digital (QRIS) untuk kemudahan transaksi, serta pengembangan sistem pre-order dan perencanaan stok harian guna mengoptimalkan kapasitas produksi yang terbatas.
2. Peningkatan standarisasi kualitas SOP pada produk maupun pelayanannya dengan melalui perbaikan quality control untuk menjaga konsistensi rasa, tekstur, dan kualitas produk agar lebih konsisten, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek Bakso Tresno.
3. Optimisasi kualitas produk yang lebih adaptif terhadap tren perkembangan kuliner yang banyak diminati pasar, seperti pengembangan varian menu baru atau limited edition (misalnya bakso dengan topping kekinian) serta inovasi paket hemat untuk segmen mahasiswa dan pelajar.
4. Perbaikan dan peningkatan strategi pemasaran produk bakso dengan meningkatkan kualitas branding bisnis melalui media sosial (Instagram, TikTok) secara rutin dan konsisten, serta memanfaatkan komunitas lokal dan promosi dari mulut ke mulut dalam upaya penyampaian kualitas dan nilai produk Bakso Tresno kepada konsumen.
5. Memulai menjalin kerja sama ataupun bermitra dengan pemasok bahan baku tetap (supplier) untuk menjaga stabilitas harga dan kualitas bahan di tengah fluktuasi harga daging, serta membangun kemitraan jangka panjang guna mengurangi risiko kenaikan biaya produksi dan menjaga keberlanjutan usaha.