

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan wawancara, pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan berdasarkan rumusan masalah dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. *Business Model Canvas* Padjadjaran lab saat ini.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dibuat oleh penulis, diperoleh dari hasil *Business Model Canvas* awal adalah:

- *Customer Segments*-dari Padjadjaran lab:
  - *Business to Business* yaitu unit bisnis yang diperuntukan untuk bisnis lainnya contohnya penjualan aplikasi yang dikerjakan Padjadjaran lab yaitu pembuatan aplikasi Wsay Official sebuah *outlet fashion* yang terletak di jalan Progo, Bandung.
  - Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yaitu unit usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan, contohnya penjualan aplikasi yang dikerjakan Padjadjaran lab yaitu pembuatan aplikasi pada toko yang bernama Teman Warung sebuah aplikasi digital yang khusus mewadahi pelaku UMKM yang bisa diunduh di *Playstore* untuk pengguna android.
- *Value Proposition* dari Padjadjaran lab:
  - Pelayanan cepat yaitu kemampuan memberikan respon yang cepat kepada pelanggan terhadap layanan proyek yang sedang dikerjakan.
  - Pemberian edukasi kepada pelanggan yaitu memberikan pengetahuan tentang produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

- *Channels* pada Padjadjaran lab:
  - *Soft Selling* yaitu teknik penjualan secara halus, yang dilakukan Padjadjaran lab yaitu melakukan *door-to-door* terhadap pihak klien.
  - *Branding* yaitu pemberian nama dengan tujuan mengidentifikasi jasa pesaing, branding yang dilakukan Padjadjaran lab melakukan media sosial Instagram dan LinkedIn.
- *Customer Relationship* dari Padjadjaran lab:
  - Hubungan secara *peer-to-peer* yaitu pendekatan kepada klien untuk membangun kepercayaan.
- *Key Resources* dari Padjadjaran lab:
  - *Software Engineer* yaitu tenaga ahli pembuat perangkat lunak pada Padjadjaran lab terdapat 2 divisi yaitu *Back End Developers* yang membuat aplikasi hingga bekerja dan *Front End Developers* orang yang mengembangkan situs aplikasi.
  - *Business Team* yaitu divisi Padjadjaran lab yang khusus mengerjakan unit bisnis, pada Padjadjaran lab terdapat 2 divisi yaitu *Account Executive* yang bertugas mencari klien dan menjalin hubungan baik dan *Business Development* yang bertugas menyusun target penjualan dan hubungan kepada klien.
- *Key Activities* pada Padjadjaran lab:
  - *Project Based* yaitu aktivitas kerja yang dikerjakan berdasarkan jadwal dan proyek yang dikerjakan untuk menghasilkan sebuah aplikasi, contoh proyek yang dikerjakan yaitu mengerjakan aplikasi *E-Commerce Kapalasar.id*
- *Key Partners* pada Padjadjaran lab:
  - Perusahaan IT Konsultan yaitu perusahaan yang membantu bisnis atau perorangan untuk mengatasi masalah dalam bidang teknologi.
  - Perusahaan *Developer Games* yaitu perusahaan yang membuat animasi dan sebuah *video games*.
- *Revenue Streams* pada Padjadjaran lab:

- *Project Based* yaitu aktivitas yang dilakukan berdasarkan proyek yang dikerjakan.

2. Kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman yang dimiliki Padjadjaran lab.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Padjadjaran lab dari hasil matriks IFE dan EFE, berikut adalah hasilnya:

- *Strength* (Kekuatan)

❖ *Value Proposition*

- Elemen penting *Value Proposition* dari Padjadjaran lab
- Ketepatan *Value Proposition* Padjadjaran lab
- Penentuan *Value Proposition* Padjadjaran lab
- Kebutuhan konsumen Padjadjaran lab yang belum terpenuhi Padjadjaran lab
- Cara yang dilakukan perusahaan agar mendapatkan pembelian berulang

❖ *Channels* (Marketing Internal, Eksternal dan Partnership)

- Cara meningkatkan kesadaran terhadap produk dan jasa Padjadjaran lab
- Cara meyakinkan klien menggunakan jasa Padjadjaran lab
- Cara menyampaikan nilai tambah Padjadjaran lab kepada klien
- Cara klien berkomunikasi dengan pihak perusahaan setelah menggunakan jasa Padjadjaran lab

- *Weakness* (kelemahan)

❖ *Customer Segments*

- Target pasar dari Padjadjaran lab
- Cara menentukan target pasar Padjadjaran lab
- Hal yang perlu ditingkatkan Padjadjaran lab dalam menentukan target pasar
- Persaingan dengan target pasar Padjadjaran lab

- ❖ *Customer Relationship*
    - Hubungan yang dibangun Padjadjaran lab dengan klien
    - Cara membangun hubungan antara Padjadjaran lab dengan klien
  - ❖ *Key Activities*
    - Aktivitas utama yang dilakukan Padjadjaran lab
    - Aktivitas utama yang dapat meningkatkan kinerja dari hubungan pelanggan dan proposisi nilai dari Padjadjaran lab
    - Aktivitas lain yang saat ini dilakukan Padjadjaran lab
    - Aktivitas yang dijalankan efisien oleh Padjadjaran lab
  - *Opportunity (Peluang)*
    - ❖ *Key Partners*
      - Kemitraan utama Padjadjaran lab
      - *Key Partners* sudah dapat memenuhi kebutuhan perusahaan
      - *Key Partners* dapat membantu kondisi internal dalam hal marketing dan teknologi perusahaan
      - Perusahaan membutuhkan *key partners* baru
      - Cara menentukan *key partners* dari Padjadjaran lab
  - *Threat (Ancaman)*
    - ❖ *Key Resources*
      - Sumber daya utama yang dibutuhkan dari Padjadjaran lab
      - Penentuan sumber daya utama dari Padjadjaran lab
      - Sumber daya utama sekarang sudah menunjang kinerja perusahaan
      - Sumber daya dari Padjadjaran lab yang belum memberikan kinerja maksimal
      - Sumber daya utama Padjadjaran lab yang dapat digunakan pada saat yang tepat
3. Strategi SWOT yang diusulkan Padjadjaran lab.
- Strategi SWOT penetrasi pasar
    - ❖ Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

- Menambah kantor dan segmen baru dikota lain dinilai tepat dikarenakan 60% klien berasal dari DKI Jakarta dan menambah kantor dikota tersebut dinilai akan meningkatkan penjualan jasa pada Padjadjaran lab.
- Strategi SWOT pengembangan produk
  - ❖ Strategi SO (*Strength-Opportunity*)
    - Meningkatkan kualitas *Value Proposition* dan *Channels* dengan cara menambah *key partners* dan pengembangan sistem, untuk membantu Padjadjaran lab mengerjakan *project* bisa tepat pada waktu yang ditetapkan.
    - Melakukan promosi bekerja sama dengan *key partners* dengan menggunakan *channel* media sosial dan memiliki *key partners* pada IT Konsultan akan berdampak pada banyaknya klien yang menggunakan jasa Padjadjaran lab.
    - Bekerja sama dengan *key partners* untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan saling berkolaborasi dengan studio *UI/UX Design* dikarenakan potensi pasar pada bidang *UI/UX Design* berkembang pesat, oleh karena itu Padjadjaran lab mempunyai peluang untuk menciptakan kolaborasi dengan *partners* pada bidang *UI/UX Design*.
  - ❖ ST (*Strength-Threats*)
    - Melakukan *training* terhadap sumber daya agar pendekatan terhadap klien lebih optimal, dengan pelatihan pembaharuan teknologi atau coding untuk *Software Engineer* dan pelatihan program digital marketing untuk *Business Team*, akan membuat Padjadjaran lab lebih berkembang dari segi sumber daya maupun *skill* sumber daya masing-masing.
  - ❖ WO (*Weakness-Opportunities*)
    - Mencari *key partners* baru agar dapat lebih bersaing dengan kompetitor, dengan bidang yang sedang dibutuhkan Padjadjaran lab yaitu *Cyber Security* akan membuat Padjadjaran lab lebih berkembang dalam segi produk yang ditawarkan kepada klien.

❖ WT (*Weakness-Threats*)

- Menambah sumber daya untuk membantu melakukan *key activities*, dikarenakan *business team* memiliki tugas mencari klien dan *resources* divisi tersebut yang masih sedikit, untuk meningkatkan kualitas pada Padjadjaran lab penambahan *resources* menjadi hal yang tepat untuk Padjadjaran lab.

4. Usulan *Business Model Canvas* yang tepat bagi Padjadjaran lab.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dibuat oleh penulis, diperoleh dari hasil *Business Model Canvas* usulan. Berikut adalah hasilnya:

- *Customer Segments*

- Untuk menambah segmen baru dikarenakan untuk memperluas segmentasi dan pasar, Padjadjaran lab diusulkan menambah *Business to Customer, Business to Customer* yaitu model penjualan dari bisnis langsung ke pelanggan, dikarenakan semakin banyaknya kebutuhan aplikasi seperti pembuatan *website* pribadi, pemilihan digital marketing melalui ads media sosial dinilai sangat efektif jika melihat kompetitor Padjadjaran lab.

- *Value Proposition:*

- Untuk menambah pengembangan sistem dan meningkatkan *Value Proposition*, Padjadjaran lab diusulkan menambah *Prototyping*. *Prototyping* yaitu suatu metode pengembangan perangkat yang bertujuan untuk mengembangkan sistem, *prototyping* dapat membantu Padjadjaran lab ketika mengerjakan sebuah proyek dengan cara membuat aplikasi serupa tetapi tidak bisa dioperasikan dan dapat membantu Padjadjaran lab ketika mengerjakan sebuah proyek agar mempersingkat waktu sehingga lebih efisien.

- *Channels*

- Untuk meningkatkan kualitas, Padjadjaran lab diusulkan menambah *After Sales*. *After Sales* yaitu sebuah aktivitas yang mengacu pada berbagai proses memastikan klien puas dengan layanan yang dijual Padjadjaran lab dan dapat mengukur seberapa puas klien menggunakan jasa Padjadjaran lab.

- *Key Resources*

- Untuk meningkatkan kekuatan dalam unit bisnis. Padjadjaran lab diusulkan berkolaborasi dengan studio *UI/UX Design*. *UI/UX Design* yaitu dua komponen yang terdiri dari UI (*User Interface*) untuk mendesain tampilan dan UX (*User Experience*) untuk bidang yang mendesain tampilan sistem, dengan kebutuhan *UI/UX Design* semakin tinggi dan dapat menutupi kekurangan dari Padjadjaran lab.

- *Key Activities*

- Untuk meningkatkan aktivitas yang masih sangat sedikit. Padjadjaran lab diusulkan untuk menambah *Platform/Jaringan* yaitu sebuah rencana kerja baru untuk menambah aktivitas baru pada Padjadjaran lab seperti menambah ranah aktivitas pengerjaan baru dengan membuat perusahaan *StartUp*. Aktivitas tersebut akan membantu menambahkan aktivitas baru bagi Padjadjaran lab.

- *Key Partners*

- Untuk mengoptimalkan model bisnis dan memperoleh sumber daya yang dibutuhkan. Padjadjaran lab diusulkan menambah *Key Partners* baru yaitu perusahaan *cyber security* agar dapat bersaing dengan kompetitor. *Cyber security* yaitu bidang *Information Tecnology* (IT) yang bertugas untuk melindungi data atau jaringan dari *hacking*. Bidang tersebut sangat dibutuhkan oleh klien Padjadjaran lab, dengan adanya partner tersebut Padjadjaran lab dapat mengoptimalkan kinerja terhadap klien.

- *Revenue Streams*
    - Untuk mengoptimalkan sumber pendapatan. Padjadjaran lab diusulkan membuat aplikasi berbasis pembayaran *freemium* yaitu aplikasi dapat diunduh secara gratis namun harus membayar ketika menggunakan fitur premium, dengan adanya pembuatan aplikasi tersebut akan menambah peluang sumber pendapatan baru bagi Padjadjaran lab.
  - *Customer Relationship*
    - Untuk meningkatkan hubungan dan membangun kepercayaan kepada pelanggan, Padjadjaran lab diusulkan menambah *Loyalty Program* yaitu program penghargaan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan untuk menjaga mereka tetap setia dengan produk atau layanan yang diberikan. Program tersebut akan menjadi kelebihan bagi Padjadjaran lab, dengan adanya program *Loyalty Program* dapat meningkatkan hubungan dengan pelanggan.
5. Usaha yang harus dilakukan oleh Padjadjaran lab agar dapat mencapai model bisnis yang disarankan
- Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dibuat oleh penulis, diperoleh usaha yang harus dilakukan Padjadjaran lab agar dapat mencapai model bisnis yang disarankan yaitu dengan mengetahui faktor internal dan eksternal, menerapkan pengembangan produk dan penetrasi pasar sesuai analisis SWOT dan melihat model bisnis yang diusulkan oleh penulis pada hasil BMC usulan.

## 6.2 Saran

Adapun saran yang diberikan untuk penelitian-penelitian selanjutnya agar dapat lebih baik lagi, yaitu :

- Penelitian selanjutnya terhadap Padjadjaran lab dapat dilakukan penelitian lebih detail mengenai cara implementasi model bisnis Padjadjaran lab.
- Penelitian selanjutnya dapat membahas mengenai persaingan antara Padjadjaran lab dengan kompetitornya.
- Wawancara melibatkan klien dan calon klien sehingga informasi yang didapatkan terdiri dari 2 sudut pandang yang berbeda.

- Penelitian selanjutnya hasil wawancara dapat dilakukan uji validitas kepada pihak petinggi Padjajaran lab dengan cara menanyakan kembali pertanyaan di pedoman wawancara untuk mengetahui benar atau tidaknya hasil jawaban wawancara yang ditanyakan kepada pihak internal Padjajaran lab.

