

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan di Toko Griya Maira Kudus, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Business Model Canvas* pada toko Griya Maira Kudus yaitu *Customer Segment*, Segmentasi pelanggan pada Toko Griya Maira Kudus merujuk pada semua perempuan muslimah, anak – anak sampai dewasa (rentan usia 8 tahun – 65 tahun), dan masyarakat yang gemar berbelanja online maupun offline. *Value Proposition* pada Toko Griya Maira Kudus yaitu memiliki banyak *Brand*, kualitas bahan yang premium, model yang selalu *uptodate*, banyak model baru dan *ready stock*, pelayanan yang ramah dan *fast respon* baik di toko online maupun offline. *Channels* atau saluran pada Toko Griya Maira Kudus yaitu distribusi melalui Agen, Sub Agen, dan Reseller, melayani customer secara langsung di toko offline, promosi melalui Instagram, Tiktok, dan WA Story, penjualan di *Market Place* (Tiktok, Shopee, Facebook, Instagram). *Customer Relationships* pada Toko Griya Maira Kudus yaitu, setiap satu tahun menyediakan diskon dan *gift*, memberikan *reward* kepada agen, selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan, pelayanan yang ramah, menerima kritikan dan pengembalian barang jika tidak sesuai. *Revenue Streams* atau sumber pendapatan dari Toko Griya Maira Kudus yaitu dari setiap produk yang telah terjual melalui online senilai 60% dan 40% offline. *Key Resources* atau sumber daya utama pada Toko Griya Maira Kudus yaitu lokasi tempat penjualan produk, karyawan, supplier, tim penjualan seperti Agen, Sub Agen, dan Reseller. *Key Activities* atau aktivitas utama pada Toko Griya Maira Kudus yang pertama yaitu memesan barang dari pusat Nadheera Luxury, Ghinna, Arrafi dll. Kemudian barang datang lalu bongkaran produk kemudian di bagikan ke tim Agen, Sub Agen, Reseller. Sisa dari produk tersebut akan dijual lagi di toko Offline Griya Maira Kudus. Produk di Toko Griya Maira Kudus selalu *uptodate* karena setiap hari selalu ada model baru. *Key Partnership* pada Toko Griya Maira

Kudus bekerja sama dengan beberapa suplier dari Nadheera, Araffi, Ghinna, dan bekerja sama dengan mitra seperti Agen, Sub Agen, Reseller, ekspedisi (JNE & JNT) untuk pengiriman secara online, pelanggan toko Griya Maira Kudus, dan karyawan yang membantu proses penjualan online maupun offline. *Cost Structure* atau biaya yang telah dikeluarkan oleh Toko Griya Maira Kudus yaitu biaya pembelian barang dagang, biaya gaji pegawai, biaya listrik, dan biaya pengemasan. Keunikan dari penelitian ini yaitu toko Griya Maira Kudus menyediakan pelatihan kerja bagi karyawan baru dengan bekerja sama dengan Agen dan sub Agen serta mengarahkan karyawan agar karyawan tersebut mampu bekerja dengan baik. Memberi motivasi kepada karyawan supaya mampu mengoptimalkan kualitas pekerjaan berdasarkan tujuan dari perusahaan tanpa memberikan tekanan yang memberatkan karyawan tersebut, membantu karyawan agar menemukan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan secara efisien.

2. Analisis SWOT pada toko Griya Maira Kudus yaitu *Strengths* atau kekuatan pada Toko Griya Maira Kudus yaitu pelayanan yang ramah, menggunakan bahan yang premium, lokasi yang strategis karena dekat dengan jalan raya, dan merek atau *brand* sudah dikenal banyak orang. *Weaknesses* atau kelemahan pada Toko Griya Maira Kudus yaitu kurangnya admin online, pelayanan kadang kurang memuaskan, dalam pembagian tugas belum ditetapkan secara spesifik. *Opportunities* atau peluang pada Toko Griya Maira Kudus yaitu media sosial seperti Shopee, Tiktok, Facebook, Instagram yang membantu pangsa pasar secara cepat, adanya tim penjualan seperti Agen, Sub Agen, dan Reseller. *Threats* atau ancaman pada Toko Griya Maira Kudus yaitu komentar negatif dari customer dan produk mudah ditiru oleh toko lain. Keunikan dari penelitian ini yaitu toko Griya Maira Kudus menyediakan pelatihan kerja bagi karyawan baru dengan bekerja sama dengan Agen dan sub Agen serta mengarahkan karyawan agar karyawan tersebut mampu bekerja dengan baik. Memberi motivasi kepada karyawan supaya mampu mengoptimalkan kualitas pekerjaan berdasarkan tujuan dari perusahaan tanpa memberikan tekanan yang memberatkan karyawan tersebut, membantu karyawan

agar menemukan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan secara efisien.

B. Saran – saran

1. Untuk peneliti selanjutnya dalam hal strategi pengembangan bisnis menggunakan *Business Model Canvas* perlu dipelajari lebih mendalam dan mengerti bagian – bagian yang ada didalamnya.
2. Untuk perusahaan di Toko Griya Maira Kudus peneliti menyarankan agar Strategi *Business Model Canvas* dapat diterapkan sebagai strategi pengembangan bisnis pada Toko Griya Maira Kudus, kemudian peneliti menyarankan agar menata pembagian tugas karyawan yang lebih spesifik, memperbanyak diskon dan *giveaway* serta promosi di media sosial semakin dipertingkat lagi agar semakin banyak customer baru yang datang dan lebih cepat dalam menjangkau pasar, lebih ditingkatkan kembali pelayanan yang terbaik kepada customer agar customer tidak berpaling di Toko Griya Maira Kudus.