

BAB V

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah dilakukan terdapat beberapa kesimpulan yang bisa ditarik, Pesaing Bakso Gimman menggunakan tipe inovasi *Profit model* dengan *tactic Premium*, tipe inovasi *Product Performance* dengan *tactic Engaging Functionality*, tipe inovasi *Product system* dengan *tactic Complements*, tipe inovasi *Process* dengan *tactic Process Standardization*, tipe inovasi *Service* dengan *tactic Loyalty Programs*. Pesaing Bakso Ikip menggunakan tipe inovasi *Profit Model* dengan *tactic Disaggreagate*, tipe inovasi *Network* dengan *tactic Alliances*, tipe inovasi *Process* dengan *tactic Process Standardization*, tipe inovasi *Product System'* dengan *tactic Complements*, tipe inovasi *Service* dengan *tactic Try Before You Buy*. Rajaa Bassoo menggunakan tipe inovasi *Profit Model* dengan *tactic Premium*, Tipe inovasi *Product Performance* dengan *tactic Superior Product*, tipe inovasi *Channel* dengan *tactic Experience Center*, tipe inovasi *Brand* dengan *tactic Values Alignment*, tipe inovasi *Costumer Engagement* dengan *tactic Community And Belonging*. Peneliti telah merekomendasikan kepada Rajaa Bassoo inovasi dan *tactic* yang digunakan untuk meningkatkan penjualan yaitu tipe inovasi Profit Model dengan *tactic Premium*, Tipe inovasi Structure dengan *tactic Organizational Design*, Tipe inovasi Product Performance dengan *tactic Superior Product*, *tactic Styling*, tipe inovasi Channel dengan *tactic Experience Center*, tipe inovasi Brand dengan *tactic Values Alignment*, *tactic Certification*, tipe inovasi Costumer Engagement dengan *tactic Community And Belonging*.

Rajaa Bassoo selama menjalankan bisnis diketahui telah menerapkan *Bisnis Model Canva*. *Costumer Segments* yakni Costumer adalah alasan Rajaa Bassoo masih bertahan hingga sekarang ini dan menjadi kunci atau inti dari berjalannya bisnis yang sedang berjalan saat ini, dari penjualan produk Rajaa Bassoo mendapat keuntungan. Untuk sarannya yakni para generasi milenial karena jumlahnya banyak dan suka jajan kuliner salah satunya makanan bakso. *Key Partnership* yakni supplier produk dari Rajaa Bassoo untuk saat ini masih belum ada tapi kemungkinan kedepannya akan memiliki supplier. *Key Activities* yakni pembelian bahan baku pembuatan dan penjualan promosi produk. *Key Resources* yakni Pelayanan ramah supaya costumer merasa nyaman ditempat, lokasi yang strategis yang mampu memancing antusias para costumer, anggota karyawan terlatih dalam pelayanan maupun mengelola masakan bakso, resep khas sendiri sehingga nama

Rajaa Bassoo dikenal punya citarasa yang berbeda, tim promosi digital marketing yang mampu memasarkan bakso ini melewati sosial media dengan konsisten. *Value Propositions* yakni Rajaa Bassoo ini merupakan Bakso yang memiliki cita rasa yang lengkap, mulai dari pentol daging yang sempurna, tahu, gorengan, jeroan, dll. Memiliki ciri khas tersendiri membuat bisnis ini semakin dikenal seluruh masyarakat terutama penggemar berat bakso. *Customer Relationship* yakni Rajaa bassoo menjaga dan menjalin hubungan dengan konsumen melalui interaksi langsung secara offline maupun lewat via online. bersama dengan konsumen lama dan baru Rajaa bassoo memberikan diskon berupa gratis ongkir untuk wilayah randuagung. Sosial media yang merupakan cara kedua untuk berinteraksi dengan customer via online. *Channels* yakni Toko offline, Media sosial instagram. Gojek. Whatsapp Business Instagram dan WhatsApp Bussines adalah media atau alat yang digunakan Rajaa Bassoo itu sendiri yang menjadi perantara untuk berkomunikasi dengan pelanggan secara langsung hingga menjadi jembatan untuk transaksi secara online. *Cost Structure* yakni biaya yang dibutuhkan untuk mengoperasikan Rajaa Bassoo didalam menjalankan bisnis diantaranya ada biaya tempat usaha, biaya distribusi, biaya peralatan, biaya bahan baku produksi, biaya modal usaha, biaya tenaga kerja karyawan berupa uang, biaya pengembangan produk dan perputarannya agar bisnis ini selalu menghadirkan produk-produk terbaru yang dibutuhkan masyarakat. *Revenue streams* yakni pendapatan didapatkan dari pelanggan yang melakukan transaksi penjualan dari transaksi secara langsung dan juga melalui penerimaan transfer.