

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini adalah PT. Talenggak Jaya *Farm* memiliki kondisi model bisnis sebagai berikut:

1. *Costumer Segments* PT. Talenggak Jaya *Farm* adalah Pedagang pengecer di pasar tradisional, konsumen rumah tangga, usaha makanan (UMKM seperti warung, catering, bakery) dan pedagang pengumpul
2. *Value Proposition* PT. Talenggak Jaya *Farm* adalah telur berkualitas (warna cangkang cerah, isi kental, dan berat ideal) dan harga yang bersaing, ketersediaan produk stabil, klasifikasi produk (super, reban, menengah, dan pecah, dan produk tambahan (ayam afkir dan manur).
3. *Channels* PT. Talenggak Jaya *Farm* saat ini mengandalkan distribusi langsung dan distribusi tidak langsung.
4. *Customer Relationships* PT. Talenggak Jaya *Farm* saat ini adalah hubungan personal dan langsung (direct contact), pelayanan ramah, penanganan keluhan cepat dan fleksibel, system pembayaran fleksibel, dan bonus.
5. *Revenue Streams* PT. Talenggak Jaya *Farm* diperoleh dari penjualan utama (telur), dan penjualan sekunder (ayam afkir, dan manur).
6. *Key Resoyrces* PT. Talenggak Jaya *Farm* saat ini adalah populasi ayam layer, kandang dan infrastruktur peternakan modern, SDM peternakan, akses ke pakan dan obat-obatan veteriner, aset transportasi untuk distribusi, modal usaha

7. *Key Activities* PT. Talenggak Jaya *Farm* saat ini adalah pembibitan dan pemeliharaan DOC, produksi telur, pengutipan dan penyortiran telur, distribusi dan pemasaran.
8. *Key Partnerships* PT. Talenggak Jaya *Farm* saat ini adalah menjalin kemitraan strategis dengan tiga mitra utama yaitu PT. Charoen Pokphand, PT. Cendana Putera Lestari dan PT. Medion Ardhika Bakti.
9. *Cost Structure* PT. Talenggak Jaya *Farm* saat ini adalah berasal dari biaya tetap dan biaya variabel.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penyajian dan kesimpulan yang sudah dikemukakan, maka peneliti menyarankan beberapa hal bagi PT. Talenggak Jaya *Farm* yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk perbaikan kedepannya.

1. *Costumer Segments* PT. Talenggak Jaya *Farm* disarankan untuk memperluas segmen pasar, membentuk divisi pemasaran, dan meningkatkan efisiensi distribusi serta manajemen stok.
2. *Value Propositions* PT. Talenggak Jaya *Farm* disarankan untuk meningkatkan brand awareness, menambahkan sertifikasi produk, edukasi pasar, dan inovasi agar nilai lebih yang ditawarkan mampu memperkuat daya saing dan loyalitas pelanggan.
3. *Channels* PT. Talenggak Jaya *Farm* disarankan untuk menambah saluran digital dan kerja sama logistik guna menjangkau pasar lebih luas dan efisien.
4. *Costumer Relationships* PT. Talenggak Jaya *Farm* disarankan untuk mengadopsi sistem Costumer Relationship Management berbasis digital,

multisaluran, follow-up dan feedback untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

5. *Revenue Streams* PT. Talenggak Jaya *Farm* disarankan untuk menambahkan produk turunan dan saluran digital untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
6. *Key Resources* PT. Talenggak Jaya *Farm* disarankan untuk menguatkan SDM dan distribusi untuk keberlanjutan usaha.
7. *Key Activities* PT. Talenggak Jaya *Farm* disarankan untuk menambahkan *quality control*, digitalisasi, dan promosi edukatif untuk meningkatkan daya saing.
8. *Key Partnerships* PT. Talenggak Jaya *Farm* disarankan untuk menambah mitra untuk mengurangi risiko dan meningkatkan efisiensi.
9. *Cost Structure* PT. Talenggak Jaya *Farm* disarankan untuk meningkatkan strategi efisiensi biaya pakan, diversifikasi produk, dan ekspansi pasar.

