BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Pengembangan bisnis minuman Miltie Bubble di Kota Banjarmasin adalah sangat bagus. Hal ini dibuktikan selama 4 (empat) tahun Miltie Bubble Banjarmasin telah mampu memperluas jaringan waralaba usahanya menjangkau 3 (tiga) Provinsi (Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah dan Kalimantan Timur). Untuk jumlah *booth* atau *outlet* Miltie Bubble dari 1 (satu) *booth* tahun 2015 hingga mencapai 70 (Tujuh puluh) buah dan 1 (satu) Cafe yaitu Miltie Garden pada tahun 2019.
2. Faktor penghambat pengembangan bisnis minuman Miltie Bubble di Kota Banjarmasin terdiri dari: a) Sulitnya menemukan SDM yang sesuai dengan kualifikasi, b) Kekosongan bahan baku, dan c) Adanya produk kompetitor sejenis.
3. Pandangan ekonomi Islam terhadap pengembangan bisnis minuman Miltie Bubble di Kota Banjarmasin adalah sangat bagus, karena Miltie Bubble dijalankan dengan sistem waralaba yang dalam ekonomi Islam sama dengan *Syirkah* (kerjasama) dan sudah mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia dan Majelis Ulama Taiwan.

B. Saran

1. Guna menanggulangi kekosongan bahan baku yang kerap kali terjadi setelah libur lebaran yang diakibatkan oleh tidak beroperasionalnya ekspedisi, maka yang dapat dilakukan oleh Miltie Bubble Banjarmasin adalah menyetok barang lebih banyak dibandingkan dengan bulan-bulan biasanya, sehingga dapat menutupi kekosongan bahan baku.
2. Guna menanggulangi adanya SDM yang tidak sesuai dengan kualifikasi yang ditentukan oleh Miltie Bubble Banjarmasin, maka yang perlu dilakukan adalah mengikutsertakan SDM tersebut ke dalam program pelatihan, sehingga SDM tersebut dinyatakan layak dan memenuhi kualifikasi Miltie Bubble Banjarmasin.