

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil identifikasi peneliti mengenai strategi business model canvas yang sudah diterapkan pada UMKM Soka Sukabumi ditinjau dari sembilan blok bangunan yaitu sebagai berikut:

- 1) *Value Propositions*
 - a. *Newwness*
 - b. *Performance*
 - c. *Customization*
 - d. *Getting the Job Done*
 - e. *Brand*
 - f. *Price*
 - g. *Cost Reduction*
 - h. *Risk Reduction*
 - i. *Accesbility*
 - j. *Design*
- 2) *Customer Segments*
 - a. *Segmentasi Demografis*
 - b. *Segmentasi Geografis*
 - c. *Segmentasi Psikografis*
- 3) *Channel*
- 4) *Customer Relationship*
- 5) *Key Resources*
- 6) *Key Activities*
- 7) *Key Partnership*
- 8) *Cost Structure*
- 9) *Revenue Streams*

2. Setelah mengidentifikasi strategi business model canvas yang telah diterapkan oleh UMKM Soka Sukabumi kemudian hasil dari rancangan strategi business model canvas tersebut di uji faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya dengan menggunakan matrix SWOT.

Dilihat dari kondisi internal UMKM Soka Sukabumi, dapat disimpulkan bahwa UMKM Soka Sukabumi berada pada posisi kuat dalam memanfaatkan kekuatan dibandingkan kelemahan yang dimiliki. Sedangkan jika dilihat dari kondisi eksternalnya, UMKM Soka Sukabumi belum optimal dalam merespon lingkungan eksternal perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki perusahaan untuk meminimalisir kelemahan yang terdapat pada UMKM Soka Sukabumi.

Lalu dari hasil analisis matriks SWOT tersebut menghasilkan empat alternatif strategi yaitu sebagai berikut :

- a. Strategi SO

Menjadikan produk kue basah UMKM Soka sebagai toko kue tradisional khas Indonesia yang unggul dengan harga terjangkau untuk semua kalangan masyarakat

- b. Strategi WO

Memperluas jaringan pemasaran dengan menambah outlet/gerai agar konsumen dapat mudah menemukan outlet penjualan kue basah UMKM Soka dan juga lebih memperluas layanan delivery untuk menjangkau kebutuhan konsumen secara luas

c. Strategi ST

Melakukan perhitungan yang tepat agar dapat memposisikan diri sebagai produk dengan harga yang terjangkau serta citarasa produk yang berkualitas

d. Strategi WT

Membuat promosi penjualan yang lebih menarik dengan menggunakan sistem buy 3 get 1

3. Dari hasil analisis SWOT tersebut didapatkan hasil evaluasi dan saran strategi business model canvas pada UMKM Soka Sukabumi sebagai berikut:

Value Proposition (Proporsi nilai)

Value Proposition yang ditawarkan UMKM Soka Sukabumi *newness* yaitu kualitas, kecepatan, service, harga bersaing. *Performane* gratis ongkir untuk wilayah kota dan kabupaten Sukabumi, juga garansi bila produk tidak sesuai dengan pesanan atau produk dalam keadaan rusak. *Brand* Soka yang terpampang pada kemasan menjadi daya tarik bagi pelanggan. *Design* produk kue yang menarik dan unik gabungan antara kue basah khas Indonesia dengan makanan modern.

Customer Segment (Segmen Pelanggan)

Cusstomer Segment UMKM Soka Sukabumi dari segmentasi demografis, yaitu anak-anak balita usia 3 tahun bahkan samapi orang dewasa. Dari segi segmentasi geografis, melayani konsumen wilayah Kota dan Kabupaten Sukabumi

Channel (Saluran)

Konsistensi dalam dalam pelaksanaan aktifitas penjualannya UMKM Soka dalam membuka gerai atau toko sebagai tempat display dan tempat penjualannya,

Customer Relationship (Hubungan Pelanggan)

Pemberian bonus tambahan makanan kepada pelanggan setianya, pemberian parcel atau bingkisan kue basah sederhana kepada perusahaan, rumah pelanggan yang paling sering membeli produk UMKM Soka pada saat perayaan hari besar.

Key Activity (Aktifitas Kunci)

Aktifitas kunci UMKM Soka dari Promosi yaitu membuat selebaran pamflet, pasang banner, promosi melalui medi sosial yang menarik seperti buy 3 get 1

Key Partnership (Kemitraan Utama)

Partner UMKM Soka Sukabumi adalah pemasok bahan baku yaitu dari Toko Lombok Kencana, Toko Hai, Gojegg, Grab.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan peneliti lebih memahami bidang kebijakan bisnis khususnya mengenai strategi bisnis dengan menggunakan business model canvas sebagai strategi bisnis.

2. Bagi UMKM

UMKM Soka Sukabumi perlu memperhatikan setiap aktivitas atau kegiatan dalam usahanya dan mengembangkan strategi-strategi usaha

dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. UMKM Soka Sukabumi perlu memberikan nilai lebih atas produk yang ditawarkan untuk memberikan kepuasan pada setiap konsumen yang datang. UMKM Soka Sukabumi harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan untuk menjamin kenyamanan pelanggannya yang berimbas pada loyalnya konsumen kepada perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya fokus pada pemberian strategi alternatif. Namun dapat menambahkannya lagi, seperti mengukur kelayakan suatu usaha agar dapat mengetahui apakah usaha tersebut sudah layak atau tidak untuk dijual