

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti tentang model bisnis UMKM Madu Yasa 22, yang menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT menghasilkan beberapa kesimpulan, antara lain :

1. Berdasarkan hasil diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa formulasi strategi atau kondisi bisnis UMKM Madu Yasa 22 berada pada kuadran 2 di situasi yang menggambarkan meskipun menghadapi berbagai ancaman namun perusahaan masih memiliki kekuatan segi internal. Strategi yang direkomendasikan yaitu mendukung strategi diversifikasi (produk/pasar).
2. Strategi diversifikasi yang dapat diterapkan untuk mendukung upaya dalam pengembangan bisnis UMKM Madu Yasa 22 yaitu melibatkan ekspansi produk dengan menambahkan produk-produk baru terkait madu, memperluas jangkauan pasar ke segmen lokal dan internasional, inovasi produk untuk membedakan diri dari pesaing, segmentasi pasar untuk menyesuaikan strategi pemasaran, dan kemitraan strategis dengan merek terkait. Dengan menerapkan strategi ini, UMKM Madu Yasa 22 dapat memperluas pangsa pasar, mengurangi risiko ketergantungan pada satu segmen pasar atau produk, serta meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka.
3. Dengan hasil diagram analisis SWOT yang arah strateginya mengarah pada diverifikasi (produk/pasar), strategi yang dapat diterapkan meliputi:

a. Inovasi Produk

Fokus pada pengembangan produk yang unik dan menarik perhatian konsumen untuk membedakan dari pesaing.

b. Responsif terhadap perubahan

Aktif mencari tren pasar dan mengikuti perkembangan untuk tetap relevan di pasaran.

c. Transparansi dan kredibilitas

Terbuka terhadap pelanggan tentang fasilitas dan sertifikasi yang dimiliki untuk membangun kepercayaan dan loyalitas.

Hasil rumusan strategi matriks SWOT UMKM Madu Yasa 22 cenderung ke strategi ST karena memiliki nilai yang paling tinggi yaitu 3,39.

4. Hasil pemetaan kondisi bisnis UMKM Madu Yasa 22 menunjukkan bahwa meskipun mereka belum merancang Business Model Canvas, mereka telah memasukkan semua elemennya. Untuk meningkatkan daya saing perusahaan, penelitian ini, yang menggunakan pendekatan Business Model Canvas dan analisis SWOT, menyarankan perbaikan pada semua elemen penting.
5. Hasil perbaikan pada tiap elemen Business Model Canvas UMKM Madu Yasa 22 yaitu sebagai berikut:
 - a. Customer segments: dengan perbaikannya yaitu menjadikan para wisatawan sebagai segmen pasar barunya.
 - b. Value propositions: menambah beberapa value propositions dalam kegiatan bisnis antara lain menyediakan berbagai ukuran; dan mengikuti atau menyelenggarakan event.

- c. Channels: Perbaikan yang dilakukan yaitu mendata para pelanggan yang berkunjung ke rumah produksi agar mengumpulkan informasi yang akurat dan relevan tentang pelanggan, memahami perilaku mereka, dan menggunakan wawasan tersebut untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih cerdas.
- d. Customer relationships: menciptakan program khusus antara lain kartu member, penawaran kupon atau voucher sebagai upaya untuk mempertahankan dan menjaga hubungan dengan customer segments.
- e. Revenue streams: perbaikan revenue streams terdiri dari hasil pembukaan tempat wisata dan edukasi.
- f. Key resources: terdapat perbaikan pada lingkup fasilitas bangunan yaitu menambahkan space untuk para pelanggan duduk menunggu antrian pembelian, pada sistem transaksi dengan menambah metode pembayaran alat EDC untuk atm dan Qrize untuk M-banking, pada lingkup SDM dengan memberikan pelatihan atau menambahkan karyawan untuk posisi content creator, dan pada membuat SOP tertulis sebagai pedoman pekerjaan.
- g. Key activities: mengalami penambahan aktivitas kunci antara lain melakukan Briefing dan evaluasi, melakukan pemesanan melalui sosial media selain Facebook dan Whatsapp, menggunakan *E-commerce*, dan yang terakhir membuat *website*.
- h. Key partnerships: perbaikan pada mitra kunci ialah menjalin kerjasama dengan para delivery online Gojek Indonesia, Shopee food dan Grab Food, serta melakukan joint venture dengan pelaku usaha lain.
- i. Cost structure: perbaikan dalam merencanakan kembali anggaran berdampak

pada perbaikan komponen lainnya, seperti anggaran untuk gaji karyawan, promosi, pengembangan bisnis, kasir, dll.

5.2 Saran

A. Berdasarkan perbaikan pada setiap elemen Business Model Canvas UMKM Madu Yasa 22.

1. Berikut adalah beberapa saran untuk pengembangan bisnis UMKM Madu Yasa 22:

- a. Memperluas Jangkauan Pasar: Selain wisatawan, coba fokus pada segmen pasar lokal atau regional yang mungkin belum tergarap sepenuhnya. Ini dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi lokal dan berpartisipasi dalam acara-acara komunitas.
- b. Inovasi Produk: Terus mengembangkan variasi produk madu dan mungkin memperluas ke produk-produk lain yang terkait dengan madu atau alam sekitarnya, seperti produk perawatan kulit alami atau makanan sehat.
- c. Penguatan Online Presence: Terus memperluas kehadiran online dengan lebih aktif di platform-platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Membangun konten yang menarik dan berbagi informasi bermanfaat tentang produk dan kegiatan bisnis secara konsisten.
- d. Optimasi Pengalaman Pelanggan: Terus meningkatkan cara berinteraksi dengan pelanggan, termasuk memperluas program loyalitas seperti kartu member, penawaran khusus, dan layanan pelanggan yang responsif.
- e. Kolaborasi dengan Mitra: Memperkuat hubungan dengan mitra, baik itu

penyedia layanan pengiriman online seperti Gojek, Shopee food, dan Grab Food, maupun pelaku usaha lokal lainnya. Ini dapat membantu dalam meningkatkan jangkauan dan kemudahan akses produk.

f. Peningkatan Efisiensi Operasional: Terus mencari cara untuk meningkatkan efisiensi operasional, baik itu dalam proses produksi, distribusi, atau layanan pelanggan. Ini dapat dilakukan dengan mengadopsi teknologi baru atau memperbarui sistem dan prosedur operasional.

g. Investasi dalam Pengembangan SDM: Melanjutkan pelatihan dan pengembangan karyawan, terutama dalam hal keahlian digital dan kreatif seperti content creator. Hal ini akan membantu dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta daya saing bisnis secara keseluruhan.

2. Hendaknya UMKM Madu Yasa 22 harus melakukan perbaikan BMC dengan fokus pada elemen *channels*, *partnerships*, *customer relationships*, *value propositions*, *activities*, dan *cost structure*. Perbaikan ini terkait dengan peningkatan serta pengembangan strategi bisnis yang berkaitan dengan operasional bisnis yang berkelanjutan. Selanjutnya, skala prioritas akan diberikan pada elemen *customer segments*, *key resources*, dan *revenue streams*.

3. Perusahaan harus segera memulai program perbaikan yang menghasilkan desain model bisnis baru yang menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.

B. Sementara itu, Peneliti ingin mendorong peneliti lain untuk memperkaya penelitiannya mengenai kanvas model bisnis agar literatur mengenai strategi dan model bisnis menjadi lebih beragam. Selain itu, studi *Business Model Canvas* (BMC) dapat dikembangkan lebih lanjut dan dikombinasikan dengan alat analisis lainnya.