BAB VI. Kesimpulan Dan Saran

6.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil observasi dan analisis yang dilakukan terhadap UMKM Raja Pisang Perancis, dapat disimpulkan bahwa model bisnis yang diterapkan sebelumnya belum berjalan secara efektif. Hal ini terlihat dari tingginya biaya operasional yang tidak sebanding dengan pendapatan yang diperoleh, serta belum optimalnya pengelolaan hubungan pelanggan dan saluran distribusi. Selain itu, segmentasi pasar yang sempit turut membatasi potensi peningkatan pendapatan usaha secara maksimal.
2. Melalui penyesuaian terhadap Business Model Canvas (BMC), UMKM Raja Pisang Perancis menunjukkan potensi untuk menjadi lebih efisien dan kompetitif. Perubahan pada strategi pengelolaan stok bahan baku menghasilkan penghematan biaya yang signifikan, yaitu sebesar Rp26.321.000 per bulan. Penambahan segmen pasar, perluasan saluran distribusi melalui media sosial dan marketplace, serta peningkatan layanan terhadap pelanggan juga menjadi langkah strategis yang dapat meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan.
3. Dengan penerapan model bisnis yang telah disesuaikan berdasarkan pendekatan Business Model Canvas (BMC), UMKM Raja Pisang Perancis diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan volume penjualan dan laba usaha secara berkelanjutan. Dengan demikian, penerapan Business Model Canvas (BMC) terbukti dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan (laba) UMKM Raja Pisang Perancis.

6.2. Saran

1. Untuk optimalisasi manajemen operasional. Disarankan agar UMKM Raja Pisang Perancis mengoptimalkan sistem manajemen operasional, khususnya dalam pengelolaan stok bahan baku. Penerapan sistem yang lebih terstruktur atau berbasis digital dapat membantu menekan biaya produksi dan meningkatkan efisiensi kerja.
2. Diversifikasi segmen pasar, disarankan untuk memperluas segmentasi pasar dengan menyasar konsumen yang lebih spesifik, seperti kalangan usia muda (15–30 tahun), melalui strategi pemasaran yang kreatif dan menarik di media sosial.
3. Peningkatan Value Proposition Produk, Disarankan agar UMKM menonjolkan keunikan produknya, seperti penggunaan bahan alami, tanpa pengawet, dan cita rasa khas. Hal ini dapat menjadi nilai jual yang membedakan produk dengan pesaing di pasar.
4. Evaluasi Berkala terhadap Business Model Canvas, disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala (minimal setiap enam bulan) terhadap seluruh elemen dalam Business Model Canvas. Evaluasi ini bertujuan untuk menyesuaikan strategi bisnis dengan dinamika pasar dan memastikan kesinambungan serta pertumbuhan usaha ke depan.