

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Hasil analisa *business model canvas* yang mencakup 9 blok pada UKM Sinar Baru adalah sebagai berikut:
  - a. *Customer segment*, Berdasarkan hasil analisa bahwa pelanggan UKM Sinar Baru adalah masyarakat yang berada di sekitar Kabupaten Lampung Timur, masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah, pelanggan individual, dan pelanggan bisnis.
  - b. *Value proposition*, nilai yang diberikan oleh UKM Sinar Baru yaitu dari segi harga dan memberikan sistem *retur* untuk *reseller* khususnya pedagang.
  - c. *Customer Relationship*, hubungan yang dibangun yaitu dengan cara memberikan potongan harga kepada pelanggan lama dan untuk menarik pelanggan baru dan memberikan THR berupa uang tunai atau bingkisan setiap lebaran.
  - d. *Channels*, saluran yang digunakan oleh UKM Sinar Baru yaitu dengan menggunakan channel dua arah, menjual langsung kepada pelanggan di pasar tradisional dan juga menjual kepada *reseller*.
  - e. *Revenue streams*, pendapatan yang diperoleh yaitu dari penjualan produk kelanting dan penjualan ampas kelanting.
  - f. *Key resources*, kegiatan operasional pada UKM Sinar Baru yaitu meliputi 5 M (*man, machine, money, method, dan material*)
  - g. *Key activities*, kegiatan produksi UKM Sinar Baru meliputi produksi kelanting, penjualan dan pemasaran kelanting dan pengelolaan keuangan di UKM Sinar Baru.
  - h. *Key partnership*, kunci partenrs pada UKM Sinar Baru yaitu pada supplier singkong yaitu petani dan mitra petani.
  - i. *Cost structure*, terdapat dua biaya pada UKM Sinar Baru yaitu *fixed cost* seperti gaji karyawan dan sewa lapak ,biaya listrik dan lain-lain dan *variabel cost* seperti biaya bahan baku.
2. Berdasarkan hasil analisa pada *business model canvas* pada UKM Sinar Baru maka diperoleh formulasi strategi baru sebagai berikut:

- a. *Customer segment*, yaitu dengan menjangkau pelanggan ekonomi kelas menengah atas dan menjangkau Masyarakat di luar Kecamatan Pekalongan dan Sekitarnya.
- b. *Value Proposition*, yaitu dengan menambahkan elemen brand pada produk kelanting dan memberikan pelayanan pengantaran produk kelanting sampai ke tempat pelanggan.
- c. *Key resources*, yaitu dengan menambahkan tenaga kerja dan membeli sepeda motor khusus untuk digunakan pada operasional UKM Sinar Baru.
- d. *Revenue streams*, yaitu dengan menambah produksi klanting dan membuat cemilan seperti keripik berbahan dasar singkong.

## **B. Saran**

1. Saran untuk UKM Sinar Baru yaitu menambahkan merek pada klanting yang dijual dan mendaftarkan hak merek tersebut, Mendaftarkan diri menjadi mitra goshop di aplikasi Gojek dan menjadi mitra grabmart pada aplikasi Grab untuk menjangkau lebih banyak *customer* pengguna aplikasi transportasi online.
2. Bergabung di *marketplace* seperti shopee atau tokopedia dengan meniru penjualan dan pengiriman produk seperti yang dilakukan oleh UKM Lainnya.
3. Secara internal, UKM Klanting Sinar Baru perlu membangun soliditas dan terus melakukan konsolidasi internal agar karyawan merasakan manfaat dalam bekerja.
4. *Customer segment*, yaitu dengan menjangkau pelanggan ekonomi kelas menengah atas dan menjangkau Masyarakat di luar Kecamatan Pekalongan dan Sekitarnya dengan memasuki wilayah pasar tradisional yang ada. *Value Proposition*, yaitu dengan menambahkan elemen brand pada produk kelanting dan memberikan pelayanan pengantaran produk kelanting sampai ke tempat pelanggan. *Key resources*, yaitu dengan menambahkan tenaga kerja dan membeli sepeda motor khusus untuk digunakan pada operasional UKM Sinar Baru. *Revenue streams*, yaitu dengan menambah produksi tahu dan membuat cemilan seperti keripik berbahan dasar singkong