BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diimpulkan bahwa UMKM Ajjulukana merupakan usaha kelompok yang bergerak di bidang pengolahan hasil perikanan dan rumput lau serta kue tradisional. Selama menjalankan usahanya Ajjulukana mampu menghasilkan berbagai produk olahan yang memiliki kualitas rasa, kebersihan, dannharga yang mampu bersaing. Namun, Ajjulukana selama ini menjalnkan usahanya dengan pengelolaan yang masih dilakukan secara sederhana dan belum memiliki model bisnis yang tersusun secara sistematis sehingga pengembangan usaha belum berjalan secara optimal. Oleh karnanya penelitian ini menerapkan *Business Model Canvas* sebagai pendekatan untuk memetakan sembilan elemen utama model bisnis UMKM Ajjulukana yang meliputi *customer segmen, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships,* dan *cost structure*.

Setelah dilakukan pemetaan model bisnis awal, penelitian di lanjutkan dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM Ajjulukana memiliki kekuatan pada harga produk yang lebih terjangkau dibandingkan usaha sejenis, kualitas rasa dan kebersihan produk yang terjaga, serta keberagaman produk dari olahan ikan. Di sisi lain, usaha ini masih memiliki kelemahan berupa belum tersusunnya strategi bisnis secara terstruktur, belum memiliki identitas produk yang kuat, serta promosi yang masih terbatas. Sementara itu, peluang yang dimiliki berasal dari dominasi segmen pasar ibu rumah tangga, dukungan pemerintah dan berbagai pihak, serta potensi diversifikasi produk. Adapun ancaman yang dihadapi meliputi kenaikan ha

bahan baku, perkembangan pemasaran digital, serta belum adanya kerja sama dengan pemasok maupun mitra usaha.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, penelitian ini menghasikan rancangan rekomendasi *Business Model Canvas* sebagai strategi pengembangan bisnis UMKM Ajjulukana. Rancangan model bisnis tersebut berfokus pada penguatan kemitraan dengan pemasok, pemerintah, lembaga pendamping, dan mitra distribusi, peningkatan mitra distrubusi, peningkatan aktivitas promosi melalui media sosial dan *marketplace*, pengembangan inovasi produk dan kemasan, penguatan hubungan dengan pelanggan, serta penyusunan sistem pengelolaan usaha yang lebih terstruktur. Dengan diterapkannya model bisnis yang di MKM Ajjukuana diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan nilai tambah produk, serta mewujudkan keberlanjutan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin berkembang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa hal saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan UMKM Ajjulukana dalam mengembangkan usahanya sebagai berikut.

UMKM Ajjulukana disarankan untuk mulai menerapkan model bisnis yang telah direkomendasikan melalui *Business Model Canvas* sebagai pedoman dalam menjalankan dan mengembangkan usaha. Perancangan model bisnis tersebut diharapkan mampu membantu pelaku usaha dalam menyusun strategi bisnis yang lebih terarah, mulai dari penentuan segmen pelanggan, pengelolaan sumber daya, hingga pengembangan saluran pemasaran sehingga seluruh aktivitas usaha dapat berjalan secara lebih efektif dan efisien.

Selain itu UMKM Ajjulukana perlu meningkatkan kegiatan promosi melalui media sosial dan *marketplace* dengan membuat akun resmi usaha serta mengelolanya secara aktif dan konsisten. Penggunaan media digital diharapkan

mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan pengenalan merek, serta menjangkau konsumen di luar wilayah Kabupaten Takalar. Di samping itu, pengembangan identitas produk melalui perbaikan logo, kemasan, dan label produk juga perlu dilakukan agar produk memiliki ciri khas yang lebih kuat dan mampu bersaing dengan produk sejenis.

UMKM Ajjulkukana disarankan untuk menjalin kerja sama mulai menerapkan model bisnis yang telah direkomendasikan melalui *Business Model Canvas* sebagai pedoman dalam menjalankan dan mengembangkan usaha. Perancangan model bisnis tersebut diharapkan mampu membantu pelaku usaha dalam menyusun strategi bisnis yang lebih terarah, mulai dari penentuan segmen pelanggan, pengelolaan sumber daya, hingga pengembangan saluran pemasaran sehingga seluruh aktivitas usaha dapat berjalan secara lebih efektif dan efisien.

Selain itu, UMKM Ajjulukana perlu meningkatkan kegiatan promosi melalui media sosial dan *marketplace* dengan membuat akun resmi usaha serta mengelolanya secara aktif dan konsisten. Penggunaan media digital diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan pengenalan merek, serta menjangkau konsumen di luar wilayah Kabupaten Takalar. Di samping itu, pengembangan identitas produk melalui perbaikan logo, kemasan, dan label produk juga perlu dilakukan agar produk memiliki ciri khas yang lebih kuat dan mampu bersaing dengan produk sejenis.

UMKM Ajjulukana juga disarankan untuk menjalin kerja sama yang lebih luas dengan pemasok bahan baku, pemerintah, lembaga pendamping UMKM, maupun mitra distribusi. Kemitraan tersebut dapat mendukung ketersediaan bahan baku, meningkatkan kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, serta membuka peluang mengikuti pelatihan, pameran, dan program pemberdayaan UMKM sehingga usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

Di samping itu, pengelolaan usaha perlu dilakukan secara lebih profesional melalui penyusunan strategi bisnis, pencatatan keuangan, pembagian tugas, serta evaluasi usaha secara berkala. Dengan sistem pengelolaan yang lebih terstruktur, UMKM Ajjulukana diharapkan mampu meningkatkan produktivitas, mempertahankan kualitas produk, serta menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan penelitian mengenai Business Model Canvas pada UMKM dengan mengombinasikannya dengan metode analisis lain atau melakukan evaluasi terhadap implementasi *Business Model Canvas* usulan sehingga dapat menghasilkan strategi pengembangan usaha yang lebih komprehensif.