

## BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

### 6.2 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, yaitu mengembangkan usaha kerupuk jangek dengan strategi baru agar yang digambarkan dalam *Business Model Canvas* usulan diperoleh berdasarkan hasil analisis *Value Proposition Canvas* (meliputi pemetaan *customer profile*, penyusunan *value map*, dan *fitting*) dan analisis SWOT. Strategi yang diusulkan pada *Business Model Canvas* usulan untuk UMKM In Jepang seperti berikut:

1. *Customer Segment*
  - a. Pasar nasional dan pelanggan *online*
  - b. *Retailer* (minimarket dan toko-toko kecil/warung)
  - c. Toko oleh-oleh
2. *Value Proposition*
  - a. Produk khas minangkabau dengan kemasan menarik dan berkualitas
  - b. Produk yang bisa untuk kesehatan
  - c. Variasi rasa dan bentuk baru
  - d. Produk mudah didapatkan baik *offline/online store*
3. *Channel*
  - a. Promosi dengan menggunakan platform *marketplace* dan media sosial
  - b. Distributor makanan
  - c. Restoran dan warung makan
  - d. Meningkatkan saluran dari *retailer* (supermarket, minimarket dan warung toserba)

- e. Meningkatkan saluran dengan toko oleh-oleh
4. *Customer Relationship*  
Memberikan promo atau diskon yang menarik
5. *Key Activities*  
Melakukan pengecekan (*quality control*) dari rasa, aroma, dan bentuk kerupuk jangek setelah diproduksi.
6. *Key Resources*
  - a. Penambahan 1 orang karyawan bagian penjualan dan pemasaran
  - b. Menggunakan teknologi pengeringan modern
7. *Key Partnership*
  - a. Kerjasama dengan bisnis makanan lainnya yang cocok dengan produk kerupuk jangek
  - b. Mitra percetakan kemasan
  - c. Meningkatkan Kerjasama dengan toko oleh-oleh
8. *Cost Structure*
  - a. Penambahan gaji karyawan bagian pemasaran dan penjualan
  - b. Penambahan biaya pembuatan kemasan
  - c. Penambahan biaya promosi

Selain itu, strategi pengembangan usaha dapat dilakukan dengan penerapan perluasan skala usaha dengan bentuk bisnis baru, yaitu berfokus pada proses *packaging* dan penjualan dalam pasar yang lebih besar dibandingkan pasar sebelumnya, yaitu dari pasar lokal (wilayah Sumatera Barat) beralih ke pasar nasional dan penjualan secara *online* di *Marketplace* dan media sosial. Fokus utama pengembangan usaha ini pada *packaging* yang menarik dan berkualitas dengan menjadikan UMKM In Jepang sebagai *supplier* bahan baku utama kerupuk jangek. Segmen pelanggan yang ingin dicapai yaitu, pelanggan perempuan dan laki-laki dari semua kalangan umur mulai dari kalangan menengah bahkan sampai kalangan atas yang ada di seluruh Indonesia. Produk yang dijual dengan kualitas premium baik dari segi produk maupun segi kemasan bertujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan dengan menetapkan harga jual produk kerupuk sebesar Rp 20.000/ pcs dengan isi bersih 50gr yang masih sesuai dengan harga pasar.

### 6.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya, sebaiknya melakukan *test market* terlebih dahulu sebelum hasil strategi pengembangan diterapkan untuk menguji kualitas suatu produk di pasaran dan apakah produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan target pasar yang dituju.
2. Penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menjadikan tugas akhir ini sebagai referensi untuk mengevaluasi pengembangan usaha UMKM camilan tradisional lainnya yang ada di Provinsi Sumatera Barat.

