

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai pengembangan strategi *business model canvas* pada UMKM RG Design maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Gambaran strategi *Business Model Canvas* RG Design saat ini menunjukkan jika produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen dengan nilai proposisi kinerja, desain, harga, pengurangan resiko, kemampuan dalam mengakses dan kenyamanan. Channels yang dijalankan untuk saluran pemasaran meliputi media sosial Facebook, Instagram, dan Whatsapp Bisnis, *e-commerce* Lazada, Tokopedia dan Shopee. Pendapatan didapatkan dari penjualan produk seragam sekolah, kaos custom, batik, kemeja, celana training, setelan olahraga dan jersey serta melalui pendapatan jasa desain, jasa pembuatan spanduk dan jasa sablon. Seluruh kegiatan kunci RG Design didukung oleh mitra yang membantu dalam berjalannya bisnis RG Design.
2. Evaluasi *Business Model Canvas* RG Design menggunakan *BMC Evaluation*
Berdasarkan hasil evaluasi seluruh elemen *business model canvas* RG Design berwarna kuning yang mengindikasikan kondisi waspada. Sehingga RG Design harus secepatnya melakukan tindakan dan langkah dalam menjalankan bisnisnya agar dapat bersaing dan berkembang lebih pesat dengan memperhatikan berbagai kekurangan yang ditunjukkan oleh hasil evaluasi *business model canvas*.
3. Pengembangan Strategi *Business Model Canvas* RG Design dapat memudahkan dalam pengambilan keputusan baik dalam hal inovasi bisnis, perencanaan bisnis, maupun pengembangan bisnis RG Design. Pengembangan yang dilakukan dapat memberikan solusi dari permasalahan yang ada di pihak perusahaan serta memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini merupakan pengembangan strategi *Business Model Canvas* yang di evaluasi menggunakan *BMC Evaluation*. *BMC Evaluation* ini digunakan untuk melihat kondisi internal perusahaan yang kemudian akan diformulasikan atau dikembangkan berdasarkan hasil evaluasi. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa berdasarkan hasil evaluasi BMC pada RG Design seluruh elemen berwarna kuning (waspada) sehingga diperlukan pengembangan dari permasalahan tersebut. Terdapat beberapa implikasi yang dapat diaplikasikan oleh RG Design yaitu mengelola segmen pasar baru untuk memanfaatkan nilai peluang yang tinggi, pemanfaatan website dan tiktok sebagai media pemasaran baru, membuat komunitas belajar design kostum dalam upaya meningkatkan hubungan dengan pelanggan, membuat surat perjanjian kerjasama sebagai media bukti dalam proses kerjasama dengan mitra dan melakukan pendaftaran merek dagang.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Usaha

Dari hasil evaluasi *business model canvas* RG Design seluruh elemen BMC RG Design berwarna kuning yang mengindikasikan harus diwaspadai dan perlu untuk segera ditindaklanjuti agar tidak terjadi masalah pada bisnis yang sedang dijalani RG Design. Kemampuan mengakses dan mengolah informasi yang akurat dan relevan dengan bisnis utama sangat diperlukan oleh pemimpin perusahaan. Bagi pemimpin perusahaan yang sedang mengembangkan bisnis di sektor ekonomi kreatif, penggunaan BMC sebagai salah satu alat strategi yang tepat dan teruji dapat diadaptasi pada perusahaan. Evaluasi yang dilakukan agar RG Design dapat *aware* dan mengetahui terhadap kondisi bisnis saat ini, sehingga dapat mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang tinggi untuk dapat bersaing dengan kompetitor.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini membahas mengenai pengembangan strategi *business model canvas* pada UMKM RG Design. Perlunya penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam untuk membahas setiap elemen *business model canvas* baik itu bisnis berkelanjutan atau penelitian lebih mendalam mengenai BMC. Kemudian diperlukan penelitian secara mendalam mengenai aspek perencanaan produksi, perencanaan pemasaran, aspek keuangan, distribusi, operasional dan pengaruh kenaikan harga bahan baku dan peralatan terhadap keberlangsungan dan strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan.