BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pengembangan produk pada UMKM Wiwik bakery dalam upaya meningkatkan volume penjualan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis model bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dapat terbentuk model bisnis dari UMKM Wiwik bakery yang cukup mendeskripsikan bisnis dan mudah dilakukan. Hasil BMC ini dapat digunakan dalam pengambilan keputusan kedepannya
2. Berdasarkan strategi pengembangan produk yang rencanakan untuk meningkatkan volume penjualan pada UMKM Wiwik Bakery mengikuti proses – proses pengembangan produk seperti *ideas generation, ideas screening, concept development, Marketing Strategy Development, Business Analysis, Product Development, Marketing Testing, Commercialization.* Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan pengembangan produk UMKM Wiwik Bakery, untuk diteruskan dengan beberapa hal yang dipertimbangkan dan sesuaikan dengan hasil analisis bisnis dan kondisi sesungguhnya.
3. Strategi Pengembangan Produk yang harusdilakukan oleh UMKM Wiwik Bakery untuk meningkatkan volume penjualan yaitu merealisasikan varian

dan kemasan baru dengan memperbaiki beberapa hal untuk memaksimalkan produksinya.

4. Perbaikan pada model bisnis untuk jauh lebih efektif dan efisien seperti segi proses produksi dan pemasaran untuk menghasilkan lebih banyak laba.
5. Model bisnis mengunakan pendekatan efektif dalam membantu merancang strategi pengembangan produk, karena menjadi fondasi sumber data untuk mengambil pendekatan yang lebih komprehensif

5.2 Saran-saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut dirumuskan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan:

1. Saran Teoretis
   1) Penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa pendekatan *Business Model Canvas* dan tahapan pengembangan produk (*ideas generation, ideas screening, concept development, business analysis, product development, market testing,* dan *commercialization*) dapat digunakan secara terintegrasi untuk menganalisis strategi pengembangan produk pada skala usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Temuan ini diharapkan dapat memperkaya kajian teori manajemen pemasaran dan manajemen strategi, khususnya pada konteks UMKM yang selama ini lebih banyak dikaji pada skala usaha besar.
   2) Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti kinerja pemasaran, loyalitas pelanggan, atau daya saing usaha, sehingga hubungan

antara strategi pengembangan produk dan peningkatan volume penjualan dapat dikaji secara lebih komprehensif dan dapat diuji secara kuantitatif.

3) Penelitian lanjutan juga disarankan untuk melakukan studi perbandingan pada beberapa UMKM dengan jenis usaha yang berbeda, sehingga hasil penelitian ini dapat diuji tingkat generalisasinya dan dapat memperkuat pengembangan teori mengenai strategi pengembangan produk pada UMKM di Indonesia.

2. Saran Praktis

1) Dari hasil rancangan *Business Model Canvas,* UMKM Wiwik Bakery perlu melaksanakan pengembangan produk terutama pada menciptakan variasi dan kemasan baru, untuk menyesuaikan target segmen. Selain itu, pelanggan juga menghendaki variasi dan kemasan baru.

2) UMKM Wiwik Bakery perlu meningkatkan peralatan dan perlengkapan agar terdapat memenuhi permintaan pasar. Selain itu, agar penjualan jauh lebih optimal UMKM Wiwik Bakery perlu memanfaat berbagai platform media sosial selain *Facebook* dan *Whatsapp,* perlu juga mengrekrut pekerja yang ahli dan fokus pada bidang pemasaran.

3) UMKM Wiwik Bakery perlu mempertahankan kualitas bahan baku untuk mempertahankan kualitas produk karena hal tersebut menjadi hal yang dipertimbangkan pelanggan untuk membeli produk.

4) UMKM Wiwik Bakery perlu memperkuat citra merek-nya karena hal tersebut masih belum dipertimbangkan