

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, kajian, observasi dan studi lapang terkait Implementasi Busines Model Canvas pada Pelaku UMKM Kabupaten Blitar, khususnya Omah Jenang Kademangan dan Kampung Jambu Karangsono tanpa disadari sudah diterapkan pada blok masing – masing *Business Model Canvas* berikut adalah pemaparan kesembilan bangun blok Business Model Canvas pada masing – masing UMKM :

1. Omah Jenang Kademangan
  - a. Blok Costumer segments yang menjadi fokus utama dari Omah Jenang adalah Penikmat kuliner, pemilik hajatan, peserta pelatihan kewirausahaan , UMKM, wisatawan, sedangkan untuk segmentasi pasar Omah Jenang lebih membidik pada menengah ke atas;
  - b. Blok *value propositions*, dalam blok bangunan proporsi nilai ini Omah Jenang adalah kualitas jajanan yang terjaga, kemasan menarik, rasa enak, bisa costume/menerima pesanan, kemudahan dalam pembelian, brand yang terkenal, pelatihan dari Trainer profesional serta pendampingan UKM;
  - c. Blok *channel* atau blok bangunan saluran yang dimanfaatkan Omah Jenang adalah via langsung di toko atau gerai “Omah Jenang”, reseller, sosial media, E – Commerce, pusat oleh - oleh;

- d. Blok *customer relationships*, dalam menjaga hubungan yang baik dengan pelanggannya yaitu pelayanan jasa, memberikan hadiah ke pelanggan berupa *souvenir* maupun *parcel*, dan melakukan event dan promosi, garansi produk, pendampingan bagi UKM, komunitas UKM, serta tawaran kerjasama;
- e. Blok *revenue streams* dari Omah Jenang saat ini bersumber dari penjualan jajanan serta wisata edukasi ngudek jenang. Selain itu juga tersedia program pelatihan bagi pelaku UKM baru serta dari Trainer pemilik;
- f. Blok *key resources* yang dimiliki Omah Jenang diantaranya terdiri dari sumber manusia (terdapat 25 pegawai mulai dari pegawai produksi, packing serta pramuniaga toko) sumberdaya fisik terdiri dari bangunan toko, bangunan tempat produksi serta galery pelatihan, mobil operasional, mesin produksi, infrastruktur TI/ media sosial;
- g. Blok *key activities* pada Omah Jenang terletak pada produksi olahan makanan antara lain jenang ketan, jenang beras, madumongso, wajik kletik, selain menjual jajanan ada juga training kewirausahaan/UKM, serta penjualan wisata edukasi;
- h. Blok *key partnerships* dari Omah Jenang terdiri dari pengusaha travel, distributor bahan baku, instansi pemerintahan maupun swasta, petani, pelaku UKM lain serta reseller ;

i. Blok *cost structure* yang dikeluarkan berhubungan erat dengan biaya pengeluaran untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Pengeluaran biaya tetap adalah gaji karyawan, listrik, biaya bahan baku, biaya promosi dan pameran, pemeliharaan mesin dan toko. Pada omah jenang belum terdapat pencatatan keuangan yang dibukukan, namun dari perkembangan usaha yang saat ini terlihat, dapat disimpulkan omah jenang berkembang dengan pesat;

## 2. Kampung Jambu Karangsono

- a. Blok *Customer segments* yang menjadi fokus utama dari Kampung Jambu Karangsono adalah Penikmat jambu, penjual buah, peserta pelatihan, wisatawan serta tengkulak jambu;
- b. Blok *value propositions*, dalam blok bangunan proporsi nilai ini dari Kampung Jambu Karangsono adalah jambu yang selalu ready dan segar, bisa costum untuk olahan jus, harga bersaing serta pelatihan terkait budidaya jambu;
- c. Blok *channel* atau blok bangunan saluran yang dimanfaatkan Kampung Jambu Karangsono adalah via langsung di lokasi wisata edukasi “Kampung Jambu, reseller, sosial media, E – Commerce;
- d. Blok *customer relationships*, dalam menjaga hubungan yang baik dengan pelanggannya yaitu pendampingan budidaya jambu, penawaran bingkisan serta hadiah dan tawaran kerjasama sebagai reseller;

- e. Blok *revenue streams* dari Kampung Jambu adalah penjualan paket wisata edukasi, penjualan jambu, pendampingan budidaya jambu, serta penjualan olahan jajanan;
- f. Blok *key resources* yang dimiliki Omah Jenang diantaranya terdiri dari sumber manusia, sumberdaya fisik terdiri dari bangunan lahan kebun jambu beserta toko, mesin produksi, infrastruktur TI/ media sosial;
- g. Blok *key activities* pada Omah Jenang terletak pada penjualan jambu, produksi serta penjualan produk olahan, perawatan pohon jambu serta penjualan wisata edukasi;
- h. Blok *key partnerships* dari Omah Jenang terdiri dari pengusaha travel, distributor dan tengkulak jambu, instansi pemerintahan maupun swasta, petani, pelaku UKM lain serta reseller, petani jambu dan pedang buah ;
- i. Blok *cost structure* yang dikeluarkan berhubungan erat dengan biaya pengeluaran untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Pengeluaran biaya tetap adalah gaji karyawan, perawatan pohon jambu, pemeliharaan mesin dan toko. Pada Kampung Jambu juga belum terdapat pencatatan keuangan yang dibukukan dikarenakan belum tersedianya tenaga, namun dari perkembangan usaha yang saat ini terlihat, dapat disimpulkan omah jenang berkembang dengan pesat, terlihat dari tidak hanya mengandalkan jambu dari kebun sendiri bahkan kampung jambu sudah membeli produk/hasil jambu dari petani sekitar bahkan diluar daerah kanigoro;

Berdasarkan hasil penelitian, kajian, observasi dan studi lapang terkait Implementasi *Business Model Canvas* pada Pelaku UMKM Kabupaten Blitar, khususnya Omah Jenang Kademangan dan Kampung Jambu Karangsono, *Business Model Canvas* memberikan dampak pada UMKM sebagai berikut:

- a. *Customer Segment* (segmen pelanggan atau donatur) yaitu menjelaskan siapa saja target-target pelanggan atau donatur. Dampak dari implementasi *Business Model Canvas* pada UMKM Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Pada segmen ini yakni dapat memberikan informasi yang jelas tentang target konsumen yang akan di bidik baik oleh Omah Jenang maupun oleh Kampung Jambu Karangsono.
- b. *Value Proporsition* (Nilai yang ditawarkan) yaitu keseluruhan gambaran produk dan jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan para customer, manfaat ang ditawarkan kepada segmen pasar yang dilayani. Dampak dari implementasi *Business Model Canvas* pada UMKM Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Pada segmen ini yakni dapat memberikan informasi yang jelas tentang nilai atau manfaat yang ditawarkan oleh Omah Jenang dan Kampung Jambu Karangsono kepada pelanggan, pemecahan masalah yang dihadapi oleh pelanggan baik dalam bentuk jasa/barang atau terpenuhinya kebutuhan pelanggan, serta mengetahui alasan konsumen memilih produk/jasa yang

- ditawarkan oleh Omah Jenang maupun Kampung Jambu Karangsono bukan dari perusahaan atau usaha serupa lainnya.
- c. *Channels* (Saluran) yaitu bagaimana cara agar produk, jasa, dan nilai tambah yang diciptakan ini disadari, dibeli, dan sampai ke tangan customer. Channels merupakan sarana bagi organisasi untuk menyampaikan value proposition kepada customer segment yang dilayani. Channels berfungsi dalam beberapa tahapan mulai dari kesadaran pelanggan sampai ke pelayanan purna jual. Dampak dari implementasi *Business Model Canvas* pada UMKM Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Pada segmen ini yakni dapat memberikan informasi yang jelas tentang bagaimana dan wadah apa yang akan digunakan oleh UMKM di Kabupaten Blitar khususnya omah jenang dan kampung jambu karangsono untuk berkomunikasi atau menjangkai pelanggan untuk menyampaikan value proposition dari produk yang ditawarkan.
- d. *Revenue Stream* (Aliran Pendapatan) yaitu penjelasan tentang apa saja hal-hal yang membuat bisnis mendapatkan pemasukan dari para pelanggannya. Dampak dari implementasi *Business Model Canvas* pada UMKM Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Pada segmen ini yakni dapat memberikan informasi yang jelas tentang bagaimana omah jenang dan kampung Jambu karangsono memperoleh pendapatan.

- e. *Customer Relationship* (Hubungan dengan pelanggan) yaitu menjaga hubungan atau menjalin ikatan dengan pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dan dekat. Dampak dari implementasi *Business Model Canvas* pada UMKM Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Pada segmen ini yakni dapat memberikan informasi yang jelas tentang hubungan yang akan dibangun oleh UMKM dengan pangsa pasar tertentu, dalam hal ini customer relationship diketahui memiliki dampak yang sangat besar dalam menjalankan usaha baik dari Omah Jenang maupun Kampung Jambu Karangsono.
- f. *Key Activities* (Aktivitas utama) yaitu aktivitas atau proses kunci yang ada di bisnis tersebut. Merupakan kegiatan utama untuk dapat menjalankan atau menciptakan value proposition. Dampak dari implementasi *Business Model Canvas* pada UMKM Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Pada segmen ini yakni dapat memberikan informasi yang jelas tentang serangkaian kegiatan yang harus dilakukan untuk menciptakan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan, membina hubungan dengan pelanggan, serta mengelola pendapatan sebagai hasil dari penjualan atas barang/jasa yang ditawarkan.
- g. *Key Resources* (Sumber daya utama) yaitu sumber daya kunci atau utama yang diperlukan dalam menciptakan nilai tambah bagi para

pelanggan, sumber daya yang dimiliki yang digunakan untuk mewujudkan value proposition. Dampak dari implementasi *Business Model Canvas* pada UMKM Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Pada segmen ini yakni dapat memberikan informasi yang jelas tentang sumberdaya utama yang harus tersedia untuk UMKM menjalankan aktifitasnya serta menawarkan kelebihan usahanya, menjangkau pasar dan pangsa pasar bidikannya serta menghasilkan value proposition bagi usahanya.

- h. *Key Partners* (Partner utama) yaitu berhubungan dengan suplier, distributor, atau partner dalam hal lain. Dampak dari implementasi *Business Model Canvas* pada UMKM Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Pada segmen ini yakni dapat memberikan informasi yang jelas tentang dengan siapa saja UMKM ini bekerja sama agar usahanya dapat berjalan dengan baik. Sebuah usaha yang maju adalah sebuah usaha yang mampu membangun kemitraan yang baik pula.
- i. *Cost Structure* (Struktur pembiayaan) yaitu penjelasan mengenai struktur biaya yang terlibat dan dikeluarkan dalam bisnis.<sup>176</sup> Dampak dari implementasi *Business Model Canvas* pada UMKM Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu

---

<sup>176</sup> Ibid 172 ;

Pada segmen ini yakni dapat memberikan informasi yang jelas tentang biaya biaya yang digunakan untuk menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan, upaya memperoleh pendapatan, menjalankan aktivitas bisnis, mendapatkan dan mengelola sumberdaya, serta bekerja sama dengan mitra.

## B. SARAN

1. Bagi Pelaku UMKM Implementasi Bisnis Model sangat akan mempengaruhi Bisnis Plan, sehingga perlu banyak mendapatkan pelatihan dan pendamping baik dari Praktisi maupun Akademisi.
2. Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah khususnya Kampung Jambu Karangsono serta Omah Jenang Kademangan perlu memperhatikan setiap kegiatan dalam usahanya dan mengembangkan strategi-strategi usaha dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Saran kepada Kampung Jambu Karangsono serta Omah Jenang Kademangan tersebut adalah :
  - a. Kampung Jambu Karangsono serta Omah Jenang Kademangan perlu meningkatkan dan menjaga mutu dan pelayanan dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat terutama pada hasil barang/jasa yang ditawarkan tersebut memiliki resiko ditiru pesaing lain;

- b. Kampung Jambu Karangsono serta Omah Jenang Kademangan perlu memiliki *value* yang berbeda dengan melakukan sebuah inovasi sehingga menjadi pembeda ciri khas produk dari Kampung Jambu Karangsono serta Omah Jenang Kademangan dan bersaing dengan usaha sejenis lain;
  - c. Menjadikan pelanggan sebagai mitra utama untuk memperluas pasar terutama ke luar propinsi melalui mulut ke mulut dan media sosial.
  - d. Pelaku usaha selalu memperhatikan dan mengetahui perkembangan pasar dengan cara melakukan riset.
3. Bagi Akademik diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangsih perbendaharaan kepustakaan IAIN Tulungagung.
4. Bagi Peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti tentang strategi pemasaran pariwisata.