

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian Business Plan diatas yaitu bahwa usaha kuliner khususnya makanan Lumpia Beefa yang berjualan secara *offline* dan *online* ini memiliki prospek yang tinggi apabila lebih dikembangkan. Macam-macam keunggulan yang dimiliki yaitu harga terjangkau, porsi banyak, tidak menggunakan bahan pengawet dan memiliki rasa khas yang berbeda dari lumpia beef lain. Usaha Lumpia Beefa ini juga menjawab permasalahan konsumen tentang kualitas rasa, porsi sedikit, dan harga tidak sesuai.

Dengan menggunakan metode Business Model Canvas yang terdiri dari (*Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Struktur*) dan menggunakan strategi marketing mix 7p serta strategi analisa SWOT (*Stengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) penulis akan memaksimalkan cara-cara yang bisa digunakan sebagai solusi meningkatkan perusahaan Lumpia Beefa. Pada proses strategi yang diambil menggunakan metode TAM, SAM, dan SOM dapat diambil kesimpulan bahwa Tam Lumpia Beefa adalah 1.179.382 jiwa, sedangkan SAM mendapatkan hasil 78.707 jiwa dan SOM yang akan diperoleh usaha Lumpia Beefa adalah 1.574,14 jiwa.

Pada bidang keuangan usaha Lumpia Beefa memperlihatkan kinerja keuangan yang positif dengan total aset mencapai Rp1.077.000, laba bersih sebesar Rp729.140, manajemen arus kas yang efisien turut mendukung kelancaran proses operasional usaha, serta proyeksi peningkatan pendapatan sebesar 20% di masa depan, sehingga bisnis ini berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis serta evaluasi pada skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Lumpia Beefa” terdapat saran dalam perkembangan usaha Lumpia Beefa yaitu :

1. Penyimpanan bahan baku atau cara memasak isian lumpia agar tidak cepat basi.
Disarankan untuk memisah bahan baku dengan bahan lainnya, serta mempelajari Teknik perebusan dan penyimpanan agar tidak cepat basi.

2. Terus berinovasi dalam kemajuan perusahaan melalui pemasaran untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

Disarankan untuk melakukan inovasi dan pengembangan usaha melalui penerapan strategi pemasaran yang efektif guna memperluas jangkauan konsumen dan pembuatan konten menarik.

3. Memiliki strategi yang tepat dalam menjangkau konsumen atau menentukan target pasar.

Merancang dan mengimplementasikan strategi yang efektif untuk menjangkau konsumen serta menetapkan target pasar yang tepat.

