

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis BMC, My Dimsum telah memiliki perencanaan model bisnis yang cukup sistematis dan terarah, khususnya dalam menetapkan segmen pasar mahasiswa, menghadirkan produk dengan cita rasa khas, serta menentukan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen. Setiap komponen dalam BMC, seperti proposisi nilai, saluran distribusi, hingga struktur biaya, saling mendukung dan membantu usaha dijalankan secara lebih terorganisir.

Adapun hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa My Dimsum berada pada Kuadran I (Growth Strategy), yang menandakan bahwa kekuatan dan peluang usaha lebih besar dibandingkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha memiliki prospek pertumbuhan yang positif apabila mampu menerapkan strategi yang tepat, seperti memaksimalkan promosi digital, meningkatkan kapasitas produksi, serta memperkuat citra merek agar dapat berkembang secara berkelanjutan dan tetap kompetitif di pasar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan skripsi dalam pengembangan usaha My Dimsum maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

5.2.1 Saran bagi Pemilik My Dimsum

Berdasarkan hasil penelitian, pemilik My Dimsum disarankan untuk terus melakukan pengembangan usaha melalui inovasi produk secara berkala guna mempertahankan minat beli konsumen dan meningkatkan daya saing. Selain itu, optimalisasi strategi pemasaran digital perlu dilakukan secara lebih konsisten dan terarah agar jangkauan pasar semakin luas. Pemilik juga perlu memperbaiki sistem manajemen operasional dan pencatatan keuangan agar pengelolaan usaha menjadi lebih efektif, terstruktur, serta mampu mendukung pengambilan keputusan yang tepat. Evaluasi rutin terhadap kualitas produk dan pelayanan pun penting dilakukan untuk menjaga kepuasan pelanggan serta membangun loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

5.2.2 Saran bagi Konsumen My Dimsum

Konsumen My Dimsum diharapkan dapat memberikan umpan balik yang objektif dan membangun terkait kualitas produk maupun pelayanan yang diterima, sehingga pelaku usaha dapat melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkelanjutan. Selain itu, dukungan konsumen terhadap usaha lokal sangat diperlukan, baik melalui pembelian ulang maupun rekomendasi kepada orang lain apabila merasa puas, sehingga keberlangsungan dan perkembangan usaha dapat terus terjaga.

5.2.3 Saran bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan cakupan variabel yang lebih luas, seperti menambahkan aspek kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, maupun efektivitas pemasaran digital agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan metode analisis yang berbeda serta jumlah responden yang lebih besar dapat dilakukan guna meningkatkan validitas dan kedalaman temuan penelitian. Studi lanjutan juga dapat diterapkan pada jenis usaha kuliner lainnya sebagai bahan perbandingan, sehingga diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai strategi pengembangan usaha mikro di sektor kuliner.