

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari perhitungan telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan uji kelayakan pada nilai PP, NPV, ROA, ROI, ROE dan PI untuk jangka waktu 5 tahun kedepan bahwa usaha layak dijalankan menggunakan harga jual sekarang dengan nilai NPV sebesar Rp29.579.534, PP selama 9, ROA diatas 27%, ROI diatas 394%, ROE diatas 34% dan PI sebesar 1,656. Selanjutnya, ditinjau dari aspek non-finansial UMKM Achyo Pawon Rempah layak untuk dijalankan.
2. Berdasarkan dari hasil rancangan *business model canvas* yang sudah dirancang, strategi penjualan yang dapat dilakukan UMKM Achyo Pawon Rempah:
  - a. *Customer Segment*, seluruh kalangan usia terutama yang berada di sekitar lokasi usaha, Jakarta dan BoDeTaBek.
  - b. *Value Proposition*, harga produk yang terjangkau yaitu Rp 10.000/botol, memiliki manfaat bagi kesehatan dan mudah untuk didapatkan dan tahan untuk disimpan hingga 1 minggu di suhu dingin.
  - c. *Customer Relations*, memberikan promo harga atau diskon ketika melakukan pembelian 10pcs serta menjaga hubungan dengan pelanggan melalui media sosial.
  - d. *Channels*, saat ini berjualan melalui media sosial whatsapp dan instagram, melalui warung warung sekitar lokasi dan bazar UMKM.
  - e. *Revenue Stream*, penjualan produk UMKM Achyo Pawon Rempah.
  - f. *Key Resources*, bahan baku yang berkualitas, peralatan produksi yang memadai, resep rahasia pembuatan produk dan hubungan baik dengan mitra usaha.
  - g. *Key Activities*, menjamin ketersediaan produk, melakukan promosi melalui media sosial, memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan, mendistribusikan produk ke mitra-mitra usaha.

- h. *Key Partners, supplier* bahan baku, *supplier* botol, percetakan stiker, warung sekitar lokasi, dan koperasi sekitar lokasi.
  - i. *Cost Structure*, biaya investasi awal yaitu pembelian peralatan untuk melakukan produksi, seperti blender, kulkas pendingin, timbangan digital dan beberapa peralatan. Biaya tetap berupa biaya *marketing*, biaya kebersihan, biaya keamanan setiap bulan, dan biaya variabel yaitu pembelian bahan baku, botol plastik, label stiker, gas, biaya listrik dan air, gaji karyawan sarung tangan plastik dan biaya transportasi.
3. Sensitivitas diterapkan pada 3 kondisi yaitu, 3 kondisi harga mengikuti *benchmark*, yaitu harga terendah, harga jual dan harga tertinggi. Penentuan jumlah produk mengikuti hasil perhitungan *break even point* menggunakan 3 kondisi harga. Pada kondisi harga terendah Rp9.000 pada UMKM Achyo Pawon Rempah tidak dapat dipakai, dikarenakan kas akhir pada arus kas yang dihasilkan pada kondisi ini bernilai negatif sebesar Rp4.095.989. Pada kondisi harga jual Rp10.000 pada UMKM Achyo Pawon Rempah layak, dikarenakan kas akhir pada arus kas yang dihasilkan pada kondisi ini sebesar Rp3.439.489. Pada kondisi harga tertinggi Rp18.000 pada UMKM Achyo Pawon Rempah layak, dikarenakan kas akhir pada arus kas yang dihasilkan pada kondisi ini sebesar Rp58.053.155. Untuk kondisi terbaik untuk dipilih yaitu kondisi harga jual, hal ini karena harga jual yang paling memungkinkan untuk digunakan karena harga ini masih dapat bersaing di pasar jika dilihat dari *benchmark*. Dengan harga BEP sebesar Rp7.404, menjual pada harga Rp10.000 sudah membuat UMKM Achyo Pawon Rempah mendapatkan keuntungan selama 5 tahun.

## 5.2 Saran

Saran untuk UMKM Achyo Pawon Rempah agar mendapatkan keuntungan maksimal dan mendapatkan target yang sesuai serta unggul dalam bersaing, untuk meningkatkan penjualan, UMKM Achyo Pawon rempah harus giat dalam melakukan promosi dan memperkenalkan produk dengan memanfaatkan sosial

media. Saran dari penulis ialah kembali mengaktifkan media sosial instagram dan memulai menjual produk secara *online* seperti menggunakan ojek *online* dan *e-commerce*.