

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai strategi pengembangan bisnis usaha Batik Very Jelita Batam dengan menggunakan metode *Product Life Cycle* (PLC) dan *Boston Consulting Group* (BCG) Matrix, maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pengembangan usaha Batik Very Jelita Batam menggunakan metode *product life cycle* (PLC), berada pada tahapan pertumbuhan (*growth*), dimana pada tahap pertumbuhan penjualan cenderung meningkat dengan cepat, diikuti dengan laba yang juga meningkat. Persaingan pasar yang mungkin akan bertambah dan semakin besar karena adanya penarikan laba yang besar.
2. Dengan hasil kurva *product life cycle* (PLC) dengan tahapan produk yang berada pada tahapan pertumbuhan (*growth*), strategi yang diterapkan meliputi:
 - a. Strategi Produk yang dapat dilakukan oleh Batik Very Jelita Batam pada tahap pertumbuhan (*growth*) sebagai berikut:
 - 1) Memperbanyak model serta varian batik. Tidak hanya berupa kain batik, tetapi pakaian batik siap pakai mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.
 - 2) Melakukan perluasan dalam penawaran produk kain batik Batam.

- 3) Menggunakan kain yang berkualitas tinggi serta menggunakan pewarna kain yang tidak mudah luntur
 - 4) Inovasi motif batik
 - 5) Memperbaiki kemasan.
- b. Strategi Harga yang dapat dilakukan oleh Batik Very Jelita Batam pada tahap pertumbuhan (*growth*) sebagai berikut:
- 1) Menjual kain batik dengan harga dan kualitas produk yang sesuai.
 - 2) Memberikan potongan harga yang menarik jika pemesanan dalam jumlah yang banyak dan menurunkan harga produk dari pesaing.
- c. Strategi Pemasaran yang dapat dilakukan oleh Batik Very Jelita Batam pada tahap pertumbuhan (*growth*) sebagai berikut:
- 1) Gencar melakukan kegiatan promosi di media sosial maupun dikalangan masyarakat secara langsung.
 - 2) Menambah penjualan pada *marketplace* di Indonesia.
 - 3) Membuat iklan dan membranding produk usaha Batik Very Jelita Batam.
- d. Strategi Tempat yang dapat dilakukan oleh Batik Very Jelita Batam pada tahap pertumbuhan (*growth*) sebagai berikut:
- 1) Memperluas ruang produksi kegiatan membatik agar karyawan dapat nyaman bekerja.
 - 2) Memberikan tempat khusus untuk pengunjung yang ingin berbelanja kain batik.

- 3) Membuka cabang yang baru.
 - 4) Bekerja sama dengan pihak yang ahli dalam bidang *fashion* dengan tujuan untuk mengembangkan produk.
3. Posisi dan penerapan strategi pengembangan usaha Batik Very Jelita Batam dengan menggunakan metode *Boston Consulting Group* (BCG) Matrix usahanya berada pada posisi *Question Marks* atau tanda tanya, strategi yang diterapkan adalah sebagai berikut:
- Penetrasi pasar
 - Pengembangan pasar
 - Pengembangan produk

5.2. Saran

- a. Usaha Batik Very Jelita Batam lebih gencar melakukan promosinya karena usaha yang masih baru berdiri dan menjual produknya secara *online* melalui *marketplace* di Indonesia.
- b. Melakukan inovasi dan kreasi baru mengenai model dan motif batik agar penjualan dan laba penjualan meningkat, dan tahapan pada kurva *Product Life Cycle* (PLC) naik ke tahapan *mature* (dewasa).
- c. Memperluas usaha, misalnya dengan membuka cabang agar dapat meningkatkan penjualan kain batik dan posisi usaha pada kurva *Boston Consulting Group* (BCG) Matrix tidak hanya berhenti pada posisi *Question Marks*, melainkan terus naik dan berpindah ke posisi *Stars* hingga *Cash Cow*.

- d. Tidak menurunkan kualitas kain dan mengganti jenis kain yang digunakan sejak awal mula produksi.
- e. Menyediakan tempat membatik yang lebih luas dan nyaman serta menjadikan satu tempat untuk kegiatan produksi kain batik dan jual beli kain batik. Sebaiknya dengan mencari tempat baru yang lebih luas untuk kegiatan usaha.
- f. Menjalin kerjasama dengan pihak yang ahli dalam bidang *fashion* agar dapat menciptakan model kain yang baru dan mengikuti kegiatan parade batik.
- g. Mengikuti kegiatan bazar di dalam maupun luar kota agar mengenalkan Batik Batam kepada masyarakat luas secara umum.