

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada analisis SWOT CV. Sumber Arafat menempati Kuadran 1 dengan skor kekuatan 1,8857 dan kelemahan 1,7854. Sedangkan skor peluang 1,9748 dan ancaman 1,8768. Maka strategi yang dapat digunakan adalah strategi SO atau *Strength* dan *Opportunities*. Strategi ini merupakan strategi yang memaksimalkan kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki oleh Perusahaan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi strategi tersebut yaitu memperluas jangkauan pemasaran dengan mengadakan event atau kampanye pemasaran yang menarik bagi semua kalangan seperti workshop batik atau pameran budaya. Menciptakan program diskon atau bundling produk untuk menarik pelanggan yang ingin membeli batik dengan harga yang bersaing. Memaksimalkan penggunaan media sosial untuk mempromosikan penjualan di platform *e-commerce*. Membuat *showcase online* yang menampilkan produk batik khas Tanjung Bumi. Mengembangkan kemitraan untuk menjadi *supplier* bagi instansi pemerintahan dan swasta. Sedangkan perbaikan pada tiap elemen *Business Model Canvas* yaitu sebagai berikut: *customer segmen* berupa komunitas seni dan budaya, instansi pemerintahan swasta. *Value proposition* berupa *showcase online*. *Customer relationship* berupa program member, dukungan dan layanan konsumen. *Channels* berupa *e-commerce* dan *event offline*. *Key activities* berupa penyelenggaraan *event*. *Key resource* berupa teknologi informasi dan tim kreatif. *Key partnership* berupa

influencer lokal dan komunitas seni, *platform e-commerce* dan instansi pemerintahan maupun swasta. *Cost structure* berupa biaya pemasaran dan *revenue streams* berupa kemitraan dengan instansi pemerintahan maupun swasta, program diskon dan *bundling*.

5.2 Saran

Berikut saran dari penelitian ini adalah:

1. Rekomendasi strategi pada penelitian ini sebaiknya diimplementasikan agar CV. Sumber Arafat semakin berkembang dan profit yang didapatkan semakin meningkat.
2. CV. Sumber Arafat diharapkan terus melakukan penilaian performa untuk mengetahui kondisi Perusahaan dengan competitor serta mengkaji ulang strategi yang diterapkan secara berkala sehingga Perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi bisnis agar bisnis terus berjalan dengan baik dan mampu bersaing dengan competitor ke depannya.
3. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dan dapat menambahkan faktor lain yang belum terdapat pada penelitian ini, sehingga hasil penelitian yang akan didapatkan lebih relevan.