

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penulisan dan alat analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dinanti Batik berhasil menerapkan strategi Blue Ocean Strategy (BOS) sebagai pendekatan inovatif dalam meningkatkan daya saing UMKM batik di Tuban. Melalui strategi diferensiasi berbasis penciptaan produk custom, aktivitas kolaborasi dalam bentuk workshop membatik, motif kontemporer, dan promosi digital. Dinanti Batik mampu membentuk nilai unik yang sulit ditiru oleh pesaing. Hasil kanvas strategi menunjukkan bahwa Dinanti Batik unggul dalam enam dari delapan faktor persaingan utama dibanding pesaing lokal. Kurva nilai yang dihasilkan menegaskan bahwa Dinanti telah menciptakan ruang pasar baru yang tidak lagi bersaing dalam aspek konvensional seperti harga dan motif klasik.

Melalui kerangka kerja empat langkah Dinanti Batik menghapus kegiatan kolaboratif yang tidak berdampak signifikan dan produksi daster batik dalam jumlah besar; mengurangi perekrutan tenaga lepas dan ketidakakuratan estimasi pre-order; meningkatkan promosi digital, pelayanan online, kenyamanan toko fisik, serta variasi produk ready-to-wear; dan menciptakan batik cap bambu sebagai produk khas, katalog online, program loyalitas pelanggan, serta workshop edukatif. Strategi BOS terbukti

efektif untuk menciptakan ruang pasar baru yang lebih relevan dan berkelanjutan.

5.2. Saran

1. Bagi perusahaan (Dinanti Batik)

Disarankan untuk terus memperkuat keunggulan inovatif seperti motif kontemporer dan aktivitas workshop membatik yang menjadi pembeda utama di pasar lokal. Strategi pemasaran digital perlu dioptimalkan dengan pendekatan yang lebih naratif dan edukatif untuk menciptakan keterikatan emosional dengan konsumen, terutama generasi muda. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas seni, desainer lokal, dan institusi pendidikan dapat menjadi langkah strategis dalam memperluas pasar dan menciptakan nilai baru. Dinanti Batik juga perlu mengevaluasi kegiatan atau produk yang kurang relevan agar sumber daya lebih terfokus pada elemen-elemen yang benar-benar mendukung pertumbuhan dan daya saing jangka panjang. Hal ini penting mengingat tantangan utama UMKM saat ini adalah tingginya persaingan di pasar lokal dan kurangnya diferensiasi, sehingga Dinanti Batik harus terus menciptakan ruang pasar baru agar tidak terjebak dalam persaingan yang sama dengan pelaku batik lainnya.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Disarankan agar lebih memfokuskan kajian pada analisis mendalam terhadap elemen-elemen utama dalam kerangka kerja *Blue Ocean Strategy*, khususnya aspek penciptaan dan peningkatan nilai yang berdampak langsung terhadap keunggulan bersaing. Penggunaan pendekatan kuantitatif juga

dapat dipertimbangkan guna menghasilkan data yang lebih terukur, sehingga efektivitas strategi dapat diuji secara luas dan dibandingkan dengan UMKM sejenis di daerah lain.