

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Perkembangan Bisnis Kinnas.Diy” penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Kinnas.Diy melakukan analisa permasalahan pelanggan dengan tujuan untuk mengevaluasi perusahaan dari segi bahan baku produk, ketahanan produk, desain produk, harga, dan pelayanan produk. Kinnas.Diy menggunakan metode business model canvas yang terdiri dari Sembilan elemen (*customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activities, key partner, cost structure*), serta menggunakan strategi pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*). Penulis memaksimalkan setiap poin yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas merek, dan memiliki strategi untuk menghadapi tantangan di pasar pesaing. Kinnas.Diy melakukan analisis matrix SWOT yang terdapat identifikasi internal dan eksternal yaitu *strength, weakness, opportunities, threats*. Strategi SO (*strengths-opportunities*) yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan dan memaksimalkan peluang, meningkatkan daya saing dari keunggulan produk. Kinnas.Diy memetakan ukuran pasar menggunakan perhitungan TAM, SAM, SOM. Metode ini dipilih untuk memetakan konsumen potensial dalam suatu usaha. Dengan data yang diperoleh Kinnas.Diy dapat membuat lebih terfokus dalam menentukan target pasar yang dituju.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Kinnas.Diy” terdapat saran untuk perusahaan pada segi desain produk. Untuk meningkatkan minat pelanggan, dengan cara berinovasi dan berkreasi. Upaya pengembangan buket pita satin perlu difokuskan pada estetika produk, diversifikasi produk, dan kualitas produk. Dari segi estetika produk, perlu inovasi teknik wrapping melalui perpaduan warna kertas dan pita satin yang lebih variatif serta penambahan dekoratif bunga kering untuk memberikan kesan elegan. Dari segi diversifikasi produk, terdapat permintaan terhadap penyediaan stok warna yang *best seller*, variasi ukuran (kecil, sedang, dan besar) dan tambahan produk pelengkap seperti coklat, makanan ringan, maupun foto. Dari segi kualitas produk, melalui kerapian pengerjaan dan kekokohan produk menjadi poin utama untuk meningkatkan nilai jual dan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.