

BAB VI

PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada IKM MTB, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. IKM MTB berada dalam keadaan tumbuh dan membangun. Strategi yang dapat dilakukan berupa pengembangan pasar, pengembangan produk dan penetrasi pasar.
2. Strategi yang dapat dilakukan IKM MTB berupa strategi integrasi, strategi intensif dan strategi diversifikasi. Strategi utama yang dapat dilakukan IKM MTB adalah strategi intensif yaitu mendirikan kios yang mudah dijangkau oleh konsumen, menjaga dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kerja sama dengan mitra dan retailer, meningkatkan kapasitas produksi, melakukan kerja sama dengan retailer, melakukan promosi melalui pemanfaatan teknologi informasi, meningkatkan serta menjaga hubungan dengan retailer dan mitra kerja, menambah jumlah karyawan, memperkuat dan menambah kerja sama dengan mitra kerja, menetapkan pemesanan dan pembayaran diawal.
3. Rekomendasi model bisnis baru dengan strategi berdasarkan elemen-elemen pada *Business Model Canvas* yaitu: *Key Resource*, dengan mendirikan kios yang mudah dijangkau konsumen dan meningkatkan kapasitas produksi agar terpenuhinya seluruh permintaan pelanggan; *Key Partnership* yaitu meningkatkan dan mempertahankan kerja sama dengan mitra kerja untuk meminimalisir terjadinya kehilangan pemasok bahan baku; *Value Proposition* yaitu menjaga dan meningkatkan kualitas produk

sehingga pelanggan akan lebih puas terhadap produk yang dihasilkan; *Customer Segment* yaitu meningkatkan kerjasama yang menguntungkan dengan retailer; *Channel* yaitu pemasaran melalui media online seperti instagram, website dan youtube; *Customer Relationship* yaitu pemberian diskon pada waktu tertentu sehingga akan menarik lebih banyak konsumen untuk membeli kembali

6.2 Saran

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian hingga tahap implementasi terhadap model bisnis baru yang digambarkan pada *Business Model Canvas* usulan agar mengetahui capaian dari strategi yang telah diterapkan oleh perusahaan yang diteliti. Selanjutnya, dalam menentukan rancangan strategi pada tahapan keputusan, peneliti dapat menambahkan penggunaan matriks *Boston Consulting Group*, *Grand Strategy Matrix*. Perancangan model bisnis lebih lanjut dapat dilakukan dengan menambahkan jumlah konsumen dan responden lebih banyak dari yang ada saat ini.

