

BAB VI

PENUTUP

Bab penutup berisikan kesimpulan yang didapat pada penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini ialah:

- 1 CV Nauli Perdana telah mengembangkan 11 elemen *value proposition* untuk membuat produk Malibou Chocolate dapat bersaing dipasaran. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, persepsi konsumen menunjukkan bahwa hanya terdapat 7 dari 11 elemen *value proposition* yang mampu memberikan kepuasan. Elemen tersebut yaitu elemen sifat baru, kinerja, penyesuaian, menyelesaikan pekerjaan, desain, pengurangan risiko, dan kenyamanan/kegunaan. Sedangkan, elemen lain yang dinilai kurang memberikan kepuasan konsumen diantaranya adalah elemen merek/ status, harga, pengurangan biaya, dan kemampuan dalam mengakses.
- 2 Elemen *value proposition* yang belum tersampaikan kepada konsumen dilakukan perumusan strategi beserta tahap-tahap penerapan strategi. Strategi-strategi yang didapatkan adalah melakukan *upload feed* dan *story* Instagram secara berkala, pengadaan *website* bisnis, mengadakan diskon dan menambah variasi produk.
- 3 Hasil *value mapping* yang ditawarkan CV Nauli Perdana untuk menjawab *customer profile* masih sebatas *problem solution fit*. Hal itu terjadi karena perusahaan saat ini hanya mampu menjawab kebutuhan konsumen saja. *Value proposition* yang ditawarkan CV Nauli Perdana belum mampu mendapatkan pendapat positif dan daya tarik konsumen akan produk.

Untuk mencapai *product-market fit*, perusahaan harus memaksimalkan elemen *value proposition* yang mendukung pemasaran produk.

6.2 Saran

Saran yang diberikan untuk penelitian ini diantaranya:

1. Dilakukan penilaian terhadap strategi yang dijalankan oleh CV Nauli Perdana. Penilaian tersebut bertujuan untuk mengoptimalkan penerapan strategi untuk meningkatkan *value proposition* produk.
2. Melakukan analisis usaha dengan menggunakan metode lain, serta perumusan strategi yang memperhatikan posisi dari pesaing sehingga strategi yang didapat lebih optimal.

