

## BAB VI

### PENUTUP

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan bisnis baru menggunakan *business model canvas* yang telah dilakukan di KINCIU *Roastery* serta saran untuk penelitian selanjutnya.

#### 6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. KINCIU *Roastery* memiliki nilai IFE (*Internal Factor Evaluation*) sebesar 3,52 dengan rincian 2,98 nilai faktor kekuatan dan nilai sebesar 0,54 pada faktor kelemahan. KINCIU *Roastery* mendapatkan total nilai EFE (*External Factor Evaluation*) sebesar 3,77 dengan rincian 2,77 nilai faktor peluang dan nilai 1,00 pada faktor ancaman. Berdasarkan nilai IFE dan EFE, KINCIU *Roastery* berada pada sel I matrix IE (*Internal External*) yang menggambarkan keadaan KINCIU *Roastery* sebagai IKM yang sedang tumbuh dan membangun. Strategi bisnis yang sesuai dengan posisi KINCIU *Roastery* yaitu pengembangan pasar, penetrasi pasar, dan strategi integrasi.
2. Berdasarkan hasil QSPM, didapatkan skor untuk strategi intensif sebesar 6,48, strategi integrasi sebesar 5,32, dan strategi deversifikasi sebesar 4,86. Strategi intensif merupakan strategi yang diprioritaskan daripada strategi lainnya karena mendapatkan nilai ketertarikan tertinggi. Strategi intensif yang diperoleh yaitu:
  - a. Menambahkan aktivitas "*Quality Control*" dalam kegiatan produksi demi menjaga dan meningkatkan kualitas produk
  - b. Memperbanyak mitra dari pemasok hingga penjualan
  - c. Menambah dan meningkatkan hubungan kerjasama dengan mitra demi menjangkau pelanggan baru

- d. Melakukan perluasan area penjualan secara langsung dengan cara menambahkan gerai penjualan dengan lokasi yang mudah dijangkau (Strategis)
- e. Menyediakan layanan informasi produk dan pembelian produk kepada pelanggan menggunakan media *online*
- f. Melakukan kegiatan promosi yang sesuai dan tepat dalam menjangkau pelanggan

## 6.2 Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan hingga evaluasi dari penerapan strategi yang telah didapatkan agar pelaku usaha terkait dapat mengetahui sejauh mana alternatif strategi yang diberikan efektif dan efisien dalam pengembangan bisnis pelaku usaha.

