

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Business Model Canvas* yang sedang dijalankan oleh Industri Keripik Pisang Nuri Rashi yaitu *customer segments* yang menjadi target utama dalam usaha ini yaitu pelanggan *retail* dan grosir, *reseller*, Perempuan berusia 22-50 tahun, mahasiswa, Ibu Rumah Tangga dan pegawai kantoran. *Value Propositions* yang ditawarkan yaitu adanya *brand* sendiri, menerima kustomisasi produk melalui *pre order*, produk tanpa pengawet, pewarna, pemanis buatan, adanya sampel produk yang disediakan, adanya kemudahan dan kenyamanan dalam mendapatkan produk. *Channel* yang digunakan untuk menyalurkan produk tersebut yaitu dengan promosi *word to mouth* dan komunikasi melalui telepon seluler dengan menjalin hubungan secara personal. Sumberdaya utama yang dimiliki yaitu tenaga kerja, peralatan produksi, beberapa sertifikasi dan modal pribadi. Biaya yang dikeluarkan oleh industri tersebut sebesar Rp 1.112.112/proses produksi keripik pisang.

Analisis nilai tambah hasil eksplorasi dari elemen *cost structure* didapatkan bahwa usaha keripik pisang ini menghasilkan nilai tambah yang positif dan rasio nilai tambah yang bernilai 40,86% yang artinya tergolong kategori tinggi karena terletak pada rentang 15-40%.

2. Hasil dari perhitungan matriks IFE yaitu didapatkan total skor sebesar 3,85 dan total skor matriks EFE sebesar 4,02. Berdasarkan matriks IE posisi industri tersebut berada pada sel I yaitu posisi *grow and built* dimana strategi yang cocok untuk dikembangkan yaitu strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan produk.
3. Berdasarkan matriks SWOT, jumlah total setiap matriks berada pada strategi SO yaitu *strengths* dengan skor 2,46 dan *opportunities* dengan skor 2,18 sehingga berjumlah 4,64, jadi strategi yang digunakan yaitu meningkatkan pemasaran untuk promosi dan penjualan secara *online*, melakukan pengembangan produk, memperluas dan meningkatkan kemampuan dalam menjalin kerjasama.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan pelaku usaha dapat menerapkan strategi ini untuk mengembangkan usaha kedepannya seperti meningkatkan promosi melalui pemasaran *online* dan menjalin kerjasama dengan baik terhadap konsumen dan *supplier*. Penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan evaluasi dengan pengamatan peningkatan pendapatan berdasarkan strategi yang disarankan.

