

V. KESIMPULAN DAN SARAN

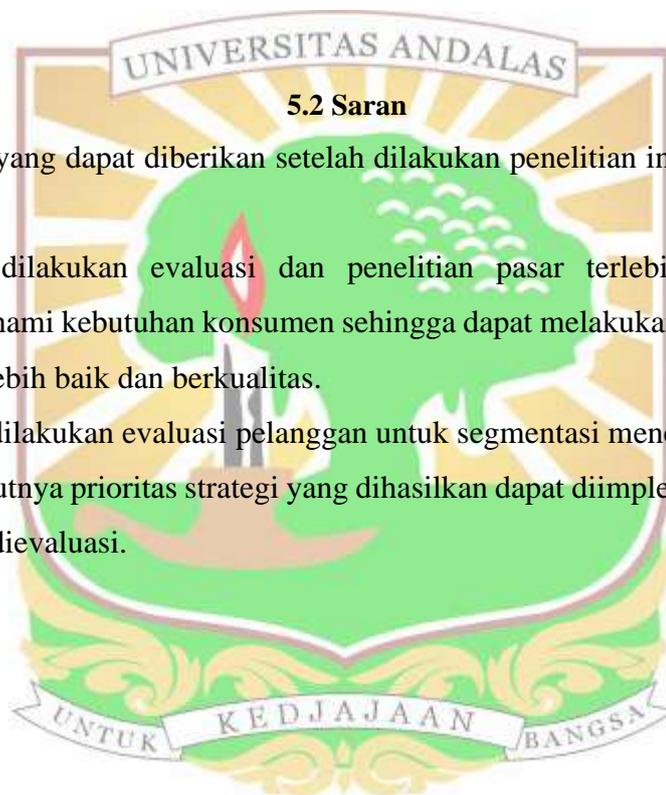
5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis menggunakan metode QFD dapat disimpulkan bahwa atribut pengembangan sabun padat dari minyak atsiri serai wangi sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen dengan segmentasi mahasiswa atau menengah kebawah yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah atribut “harga yang lebih murah” sedangkan untuk segmentasi pelanggan dari menengah keatas prioritas perbaikan utamanya yaitu “kemasan yang lebih aman dan menarik”, seterusnya untuk prioritas pengembangan sabun padat dari minyak atsiri serai wangi sesuai karakter teknis adalah “menjaga kualitas bahan baku”
2. Identifikasi 9 elemen BMC dilakukan untuk memetakan model bisnis dari sabun padat minyak atsiri serai wangi yang dibuat berdasarkan hasil brainstorming dan wawancara dengan ahli dan teknisi tentang kondisi usaha yang akan dijalankan. *customer segment* yang menjadi target utama dalam penjualan sabun padat dari minyak atsiri serai wangi yaitu pria dan wanita berusia 20 – 60 tahun yang memiliki gaya hidup sehat. *Value proposition* yang ditawarkan yaitu berasal dari bahan alami yang memiliki kasiat yang baik untuk tubuh sehingga produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik. *Channel* yang digunakan untuk menyalurkan produk dilakukan secara online dan offline. *Customer Relationship* yaitu berupa interaksi dengan pelanggan dan pemberian *reward*. *Key Resources* atau sumber daya utama dari produk ini adalah SDM, finansial dan peralatan. *Key activities* nya yaitu produksi dan pemasaran. *Key partnerships* diantaranya CV Asliko Nusantara dan toko herbal. Sumber dana untuk usaha ini berasal dari dana hibah sedangkan untuk *Cost Structure* sesuai dengan analisis nilai tambah yang mana biaya produksi sebesar Rp 444.537,75.
3. Produk sabun padat dari minyak atsiri serai wangi memberikan nilai tambah. Nilai tambah dari sabun atsiri yaitu sebesar Rp 389.717 yang mana untuk rasio

nilai tambahnya sebesar 46 %. Pada bagian keuntungan diperoleh sebesar 53,65%, artinya pengembangan usaha produk sabun padat dari minyak atsiri serai wangi tersebut layak untuk dikembangkan

4. Dari hasil tujuan penelitian 4 didapatkan kesimpulan bahwa total skor IFAS sebesar 2,80711 dan total skor EFAS sebesar 2,13154 menunjukkan posisi perusahaan berada pada sel V yang berarti berada pada tingkat bertumbuh. Strategi yang sering digunakan untuk kondisi ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi pengembangan produk ini kemudian disusun pada matriks yang dinamakan dengan matriks SWOT.



5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan setelah dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perlu dilakukan evaluasi dan penelitian pasar terlebih dahulu guna memahami kebutuhan konsumen sehingga dapat melakukan inovasi produk yang lebih baik dan berkualitas.
2. Perlu dilakukan evaluasi pelanggan untuk segmentasi menengah keatas.
3. Selanjutnya prioritas strategi yang dihasilkan dapat diimplementasikan agar dapat dievaluasi.