

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran umum strategi bisnis yang dilakukan saat ini oleh Inti Mimomi yaitu belum memiliki strategi bisnis dan hanya menggunakan cara-cara pemasaran dengan tradisi-tradisi lama, diantara lain menawarkan ke pasar-pasar tradisonal. Sehingga cara-cara tersebut dinilai masih lemah karena belum mampu meningkatkan kemampuan perusahaan, agar perusahaan tersebut dapat bekerja secara optimal, maka diperlukan sebuah strategi bisnis yang baru.
2. Setelah mengetahui gambaran umum mengenai strategi yang dilakukan oleh Inti Mimomi, maka diperlukannya identifikasi strategi bisnis menggunakan *Triple Layer Business Model Canvas* (TLBMC) untuk menganalisis aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Hasil identifikasi tersebut menemukan bahwa terdapat beberapa kelemahan pada elemen *customer segment*, *customer relations*, *channel*, *value proposition*, *key activities*, *key resources*, *cost structure*, *end of life*, *productions*, *distribution*, *end user*, *governance*, dan *scale of outreach*.
3. Setelah mengidentifikasi strategi bisnis dengan TLBMC, selanjutnya perlu dilakukannya formulasi pada setiap layernya. Hasil formulasi layer ekonomi yaitu menambahkan biaya untuk melakukan promosi dan *branding* secara *online* dan *offline* untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan nilai dari produk agar memiliki ciri khas dibanding dengan pesaingnya, dan memperluas segmentasi pasar. Formulasi layer lingkungan yaitu, adanya pembuatan produk baru dengan menggunakan kain perca, mengembangkan teknik menjahit *zerowaste* untuk mengurangi limbah produksi dan menggunakan plastik *biodegradable* yang ramah lingkungan untuk proses distribusi. Sedangkan formulasi layer sosial yaitu menerapkan prinsip *good corporate governance*

sebagai prinsip perusahaan yang berkelanjutan, memperluas pengguna akhir pada pengguna yang memiliki kesadaran terhadap lingkungan dan memperluas jangkauan pembeli dengan bekerja sama dengan pemerintahan.

5.2 Implikasi

Implikasi pada penelitian ini yaitu berdasarkan kesimpulan diatas yaitu:

1. Inti Mimomi belum memiliki strategi yang tepat yang menyebabkan penjualan yang fluktuatif dan cenderung menurun, sehingga Inti Mimomi harus menerapkan strategi bisnis baru dengan menggunakan TLBMC yang memiliki manfaat untuk mengidentifikasi setiap elemen yang ada, sehingga dapat memperbaiki strategi-strategi yang memiliki kelemahan dan mempermudah Inti Mimomi untuk mengambil keputusan yang berkaitan dengan elemen yang ada di TLBMC.
2. Hasil identifikasi menggunakan TLBMC pada Inti Mimomi yaitu perusahaan tersebut dapat memperbaiki setiap layer yang masih memiliki kelemahan, seperti memperluas segmentasi pasar, memperbaiki hubungan dengan pelanggan yang loyal dan calon pelanggan baru, menambahkan biaya untuk promosi produk secara *online* dan *offline*, meningkatkan nilai pada produknya, menambah variasi produk dan memperbanyak relasi dengan dinas terkait untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas. Sehingga hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara optimal yang berdampak pada peningkatan volume penjualannya dan kemampuan operasional perusahaan.
3. Inti Mimomi dapat menerapkan formulasi strategi yang telah direkomendasikan peneliti pada setiap layer TLBMC. Yaitu memperluas segmentasi kepada kantor, komunitas, dan sekolah-sekolah, memberikan diskon kepada pelanggan yang memiliki loyalitas, membuat *website* perusahaan dan menyebarkan brosur untuk mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi produk, membuat produk dari kain perca seperti keset, sapu tangan, lap makan, mengikuti bazar yang diadakan dinas terkait untuk mempromosikan produknya. Sehingga dengan menerapkan formulasi strategi tersebut, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

5.3 Saran

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran peneliti untuk Inti Mimomi yaitu dengan meningkatkan beberapa rekomendasi strategi baru yang sudah disarankan pada beberapa 13 elemen pada TLBMC. Yaitu, *customer segment, customer relations, channel, value proposition, key activities, key resources, cost structure, end of life, productions, distribution, end user, governance, dan scale of outreach.*
2. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu dapat menerapkan *Triple Layer Business Model Canvas* (TLBMC) pada bidang industri lain. Hal tersebut dimaksudkan agar dapat mengetahui bagaimana penerapan TLBMC di industri lain.
3. Skripsi ini memiliki batasan penelitian karena peneliti hanya melakukan penelitian hingga formulasi strategi. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan bahwa penelitian selanjutnya dapat dimulai dari implementasi strategi.