

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan bab sebelumnya dapat disimpulkan:

1. Industri tenun cual di kota pangkal pinang menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa ketiga industri tenun cual di kota pangkal pinang berada pada kuadran V yaitu berada pada posisi pertumbuhan dan stabilitas.
2. Gambaran Model bisnis industri tenun cual di kota pangkal pinang. **A), *Customer segment*** semua industri tenun cual yang diteliti menganut pasar tersegmentasi dengan melihat karakteristik pelanggan, meliputi anak-anak sekolah, karyawan kantor dan pegawai pemda, wisatawan dan umum. **B), *Value Proposition*** Koperasi Tenun Cual Maslina fokus pada desain (motif tenun) dan bahan premium, sedangkan Museum Cual Ishadi dan Galeri Batik Destiani menambahkan corak yang lebih modern. **C), *Chennels*** semua industri tenun cual yang diteliti memiliki saluran tradisional (brosur, kartu nama, dan pameran) dan modern (medsos yaitu whatsapp, instagram). Koperasi tenun cual maslina menambahkan tokoh masyarakat yaitu Sonia putri Indonesia 2018 sebagai brand ambassador dalam menyampaikan value propositionnya. **D), *Customer relationship*** semua perusahaan yang diteliti memiliki jenis personal assistance yaitu pelayanan umum yang didasarkan pada interaksi dan komunikasi dengan pelanggan. Ketiga industri memberikan diskon terhadap member. Museum cual isahdi menambahkan potongan harga bagi pembeli dengan jumlah banyak. **E), *Revenue Stream*** semua industri yang diteliti memiliki pendapatan transaksi berulang dari penjualan online dan offline. Semua industri yang diteliti memiliki pemasukan dari penjualan produk tenun dan jasa pelatihan menenun kecuali Galeri Batik Destiani. Museum cual ishadi memiliki tambahan pemasukan dari cafe. **F), *Key Resource*** ketiga industri yang diteliti memiliki sumber daya seperti showroom atau toko sendiri, kelompok penenun, dan hak paten produk. Museum cual Ishadi dinilai paling kuat dibandingkan 2 perusahaan lainnya yang diteliti, dengan kekuatan SDM (meliputi 50 tenaga kerja terampil dibagian proses

penununan, layanan penjualan, bagian manajer dan desain), toko yang terletak ditengah pusat kota dengan pangsa pasar lebih luas dan sumber pemasukan dari café sebagai wisata kuliner khas Bangka. **G), Key Activities** semua industri yang diteliti meliputi desain, produksi, pelayanan penjualan produk dan jasa. Museum cual ishadi dan galeri batik destiani menambahkan elemen R&D. **H), Key Partnership** semua industri yang diteliti meliputi dinas pemda babel dan hubungan pemasok bahan baku. Museum cual Ishadi dan Galeri Batik Destiani menambahkan elemen sekolah. Semua pemilik industri tenun cual mengakui ketergantungan terhadap pemasok cukup tinggi, terutama pengadaan bahan baku. **I), Cost Structure** semua industri tenun cual yang diteliti meliputi biaya SDM, bahan baku dan biaya operasional kegiatan.

3. Pengembangan BMC yang baru Pada elemen *channels* koperasi tenun cual maslina, museum cual ishadi dan galeri batik destiani bekerja sama dengan rekan bisnis dalam smembuat website dan mengekspansi dengan membuat toko dipusat kota potensial seperti Jakarta dan bali. Elemen *customer relationship* Museum cual ishadi dan galeri batik destiani memasukan program CSR yang bermanfaat untuk mengikat loyalitas pelanggan, bahkan menambah pelanggan baru. Selain itu juga sebagai bentuk etika bisnis dalam menjaga lingkungan alam dan memperhatikan lingkungan sosial sekitar. *Key partner* Museum cual ishadi dan galeri batik destiani memperluas pangsa pasar dengan menjalin mitra strategis dengan berbagai pihak seperti agen travel,dan market place ditoko online (bukalapak, tokopedia dll). *Key activities & key resource* pada Koperasi tenun cual maslina yaitu membentuk subdivisi R&D (pengendalian kualitas, Desain dan teknik pewarnaan). *Revenue Stream* koperasi tenun cual maslina, museum cual ishadi dan galeri batik destiani menambah sumber pendapatan baru yaitu membuat wisata sejarah dan edukasi

1.2 Saran

1. Analisis SWOT menunjukkan bahwa tiga industri tenun cual berada pada kuadran V yaitu pertumbuhan dan stabilitas, strategi alternatif yang digunakan adalah memperluas pangsa pasar dengan memperbanyak varian produk, memperluas jaringan pemasaran dengan membuka toko diluar pulau bangka, peningkatan kualitas SDM dan fasilitas produksi serta penerapan teknologi.
2. business model canvas sudah diaplikasikan oleh perusahaan-perusahaan besar di indonesia. Namun, teori ini masih terdengar asing bagi para pelaku UKM di Bangka Belitung, termasuk pemilik atau manajer dari tiga industri tenun cual yang diteliti di kota Pangkal Pinang. Padahal, Analisis SWOT dan business model canvas dapat dikombinasikan dengan model bisnis pada tiga industri tenun cual yang diteliti. Untuk itu, diperlukan upaya dari pemerintah kota setempat, dalam hal ini dinas koperasi UMKM, perindustrian dan perdagangan (Diskoperindag) kota Pangkal Pinang untuk mensosialisasikan teori analisis SWOT dan business model canvas kepada para pelaku UKM.
3. Setiap element model bisnis pada ketiga industri membutuhkan inovasi dan evaluasi. Misalnya dalam elemen segment pasar, perusahaan sebaiknya tidak lagi berfokus pada pasar tersegmentasi melainkan juga menambah jenis segmen pelanggan lainnya, seperti multipasar dan *niche market*. Pada value proposition perusahaan tidak hanya berfokus pada desain, melainkan mencoba jenis value proposition lainnya seperti newness. Begitupun dengan elemen model bisnis lainnya.