

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Batik Atina Solo dengan menggunakan analisis SWOT dan pendekatan *Blue Ocean Strategy*, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Hasil analisis SWOT berhasil memetakan posisi Batik Atina Solo. Berdasarkan identifikasi factor internal dan eksternal melalui matriks IFAS dan EFAS, Batik Atina Solo memiliki kekuatan utama berupa kualitas produk yang baik, motif batik yang tidak pasaran, harga yang terjangkau karena produksi sendiri, serta pelayanan yang ramah. Namun, usaha ini juga memiliki kelemahan berupa keterbatasan promosi digital, inovasi produk yang terbatas. Dari sisi eksternal, Batik Atina Solo memiliki peluang berupa meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pelestarian budaya batik dan potensi pengembangan fungsi batik untuk berbagai kebutuhan, sedangkan ancaman utama berasal dari tingginya persaingan harga dan banyaknya pesaing. Hasil pemetaan tersebut menunjukkan bahwa Batik Atina Solo berada pada kondisi yang menuntut penerapan strategi pengembangan inovasi agar mampu meningkatkan daya saing dan keluar dari pasar yang ketat (*red ocean*). Perencanaan strategi Batik Atina Solo dengan pendekatan *Blue Ocean Strategy* dapat dirumuskan secara sistematis. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan pendekatan *Blue Ocean Strategy* digunakan untuk merancang bisnis yang berfokus pada penciptaan nilai baru dan diferensiasi usaha. Melalui penggunaan kanvas strategi dan kerangka kerja empat Langkah (*eliminate, reduce, raise, create*) diperoleh arah strategi yang menekankan pada:

- a. Peningkatan inovasi produk batik, baik dari segi desain, fungsi, maupun segmentasi pasar.
- b. Peningkatan promosi digital melalui media sosial dan *platform online* untuk memperluas jangkauan pasar.
- c. Peningkatan nilai tambah melalui pelayanan, edukasi produk batik, dan penguatan identitas merk Batik Atina Solo.

Strategi tersebut diharapkan mampu menciptakan ruang pasar baru yang tidak hanya bersaing pada harga, tetapi juga pada nilai baru dan keunikan produk, sehingga Batik Atina Solo dapat meningkatkan daya saing serta menjaga keberlanjutan usahanya di industri batik.

Dengan semikian, tujuan penelitian telah tercapai, yaitu mengetahui posisi Batik Atina Solo berdasarkan analisis SWOT dan merancang strategi bisnis menggunakan pendekatan *Blue Ocean Strategy* sebagai upaya keluar dari persaingan menuju pasar yang lebih kompetitif dan inovatif.

6.2 Saran

Batik Atina Solo disarankan untuk mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace* guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan.

Batik Atina Solo diharapkan dapat meningkatkan inovasi produk, baik dari segi desain, fungsi, maupun segmentasi pasar agar mampu menciptakan nilai tambah dan diferensiasi dari kompetitor.

Batik Atina Solo perlu memperkuat identitas agar memiliki ciri khas yang mudah dikenali oleh konsumen.

