

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian. Kesimpulan menjawab pertanyaan dari tujuan penelitian yang telah dirumuskan pada bab pendahuluan. Sedangkan saran berisi tentang masukan dari hasil penelitian yang telah dilakukan untuk pihak instansi maupun peneliti kedepannya.

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Permasalahan utama yang ada pada mayoritas UKM batik Banyuwangi berdasarkan pemilik bisnis adalah berkaitan dengan harga batik, bahan baku, promosi, dan pewarnaan batik. Permasalahan tentang harga batik yang relatif mahal disebabkan karena dari tingginya harga bahan baku pembuatan kain batik yang didapatkan oleh UKM batik Banyuwangi dan ongkos pekerja yang tinggi. Permasalahann tentang bahan baku sendiri karena pemilik bisnis batik Banyuwangi kesulitan dalam mendapatkan bahan baku pembuatan kain batik di dalam Kabupaten Banyuwangi. Permasalahan untuk promosi sendiri karena dari setiap pemilik bisnis batik ini belum bisa untuk mempromosikan batiknya sendiri ke media internet karena belum bisanya mengoperasikan ataupun kendala teknis jaringan dan juga kurangnya relasi dari pihak pemilik bisnis. Sedangkan permasalahan yang sedang dihadapi oleh UKM batik yang berkaitan tentang pewarnaan batik adalah pihak UKM batik kesulitan untuk melakukan percobaan penelitian sendiri tentang pewarnaan kain batik yang mereka butuhkan untuk mendapatkan batik yang berkualitas dengan warna yang awet.
2. Dari analisis faktor internal dan eksternal batik Banyuwangi menghasilkan 35 faktor internal dan 25 faktor eksternal. Adapun dari 35 faktor internal terdiri dari 21 faktor kekuatan dan 14 kelemahan yang ada pada batik Banyuwangi. Sedangkan dari 25 faktor eksternal terdiri dari 15 faktor peluang dan 10 faktor ancaman pada batik Banyuwangi. Adapun kekuatan utama dari analisis faktor internal Kabupaten Banyuwangi adalah prospek meningkatnya destinasi wisata baru dengan diikuti oleh meningkatnya wisatawan yang berkunjung ke Banyuwangi, sedangkan kelemahan utama adalah harga batik Banyuwangi yang relatif mahal. Adapun untuk nilai peluang tertinggi yang

dimiliki oleh Kabupaten Banyuwangi adalah masuknya investor ke Banyuwangi dalam bidang pariwisata, sedangkan untuk nilai ancaman tertinggi adalah pemasok kain untuk batik Banyuwangi dari luar Kabupaten Banyuwangi.

3. Rekomendasi empat strategi yang dapat diterapkan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi yaitu membuat kampung wisata batik, membuat inovasi produk batik dengan memanfaatkan lomba batik dan ajang fashion di Kabupaten Banyuwangi, pemerintah Kabupaten Banyuwangi dapat memperoleh kendali pemasok bahan baku batik, dan pemerintah Kabupaten Banyuwangi dapat meningkatkan kualitas batik Banyuwangi dengan melakukan penelitian ataupun bekerjasama dengan pihak yang berkaitan. Pemilihan empat strategi tersebut selain berdasarkan dari nilai QSPM tertinggi juga berdasarkan langkah yang dapat diterapkan terlebih dahulu untuk lebih menarik masyarakat dalam mengenal batik Banyuwangi yang selanjutnya masyarakat akan diberikan batik dari produksi UKM batik Banyuwangi dengan kualitas yang baik. Adapun proses terpilihnya empat strategi tersebut diperoleh dari empat belas strategi yang dimunculkan dalam pengolahan matriks IE dan matriks SWOT. Selanjutnya dari empat belas strategi tersebut di analisis lebih lanjut untuk menggabungkan strategi yang sesuai sehingga memunculkan delapan alternatif strategi yang dijadikan dalam input pengolahan matriks QSPM, setelah proses pengolahan dengan menggunakan matriks QSPM terpilihnya empat strategi yang dapat diterapkan terlebih dahulu oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini untuk menjadi bahan perbaikan kedepannya bagi pihak perusahaan dan peneliti selanjutnya:

1. Bagi Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, diharapkan dapat mempertimbangkan rekomendasi hasil strategi pemasaran yang telah diberikan oleh peneliti sebagai upaya untuk mengenalkan batik Banyuwangi kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan penjualan batik Banyuwangi.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan kegiatan pemasaran batik Banyuwangi melalui teknologi internet dengan merancang *website* dalam bentuk *e-commerce* ataupun membuat akun media sosial. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat lebih mengembangkan motif ataupun bentuk desain baju batik yang lebih diminati oleh masyarakat.