

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari hasil bab sebelumnya, penulis menarik suatu kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Faktor-faktor internal dan eksternal UMKM Tuskbag

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan di dapat hasil faktor-faktor internal UMKM Tuskbag diantaranya yaitu faktor kekuatan berupa memiliki pelanggan tetap, harga terjangkau, pendapatan penjualan stabil, biaya produksi lebih rendah menggunakan jasa *makloon*, desain tas menarik dan bervariasi, produk berkualitas dan pelayanan ramah. Faktor kelemahan berupa kurangnya pengadaan kegiatan untuk meningkatkan citra perusahaan, kurang gencar melakukan pemasaran, penjualan *offline* tidak maksimal, pembukuan laporan keuangan secara manual, tidak ada tenaga kerja ahli pembuatan *graphic design*, dan tenaga kerja kurang produktif.

Sedangkan faktor-faktor eksternal UMKM Tuskbag diantaranya yaitu faktor peluang berupa pemasaran secara *offline* dan *online*, perijinan usaha lebih mudah, bahan baku mudah di dapat di sekitar lingkungan usaha dan menggunakan teknologi informasi dalam berbisnis. Faktor ancaman berupa kenaikan harga bahan baku, adanya pesaing kuat di bidang yang sama, citra perusahaan pesaing lebih terkenal, dan persaingan harga pesaing yang kurang sehat.

2) Faktor hambatan yang dihadapi UMKM Tuskbag berbasis *fashion* (tas) untuk mengembangkan usahanya adalah masalah bahan baku, masalah sumber daya manusia (SDM), dan masalah pemasaran.

3) Strategi untuk mengembangkan usaha disertai meningkatkan daya saing  
UMKM

UMKM Tuskbag dalam mengimplementasikan strategi pengembangan usaha dalam rangka meningkatkan daya saing adalah dengan cara melakukan strategi agresif, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan guna memanfaatkan peluang secara maksimal untuk dapat mengembangkan usaha UMKM Tuskbag. Jika mengacu pada hasil analisis, UMKM Tuskbag sebaiknya melakukan strategi SO yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunity*) yang ada. sehingga implementasi dari strategi ini pada UMKM Tuskbag adalah sebagai berikut.

- a. Menjaga hubungan yang baik dan harmonis antara pemilik dengan karyawan, antara perusahaan dengan *reseller* dan distributor, antara perusahaan dengan *supplier*, dan antara perusahaan dengan *makloon*. Dengan adanya hubungan yang baik dan harmonis, produktivitas kerja pun akan meningkat
- b. Meningkatkan penjualan dengan cara bekerjasama dengan distributor, *reseller*, *marketplace* atau dengan bisnis *online* yang sedang hangat saat ini.

- c. Menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas dan mutu produk dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas, peka terhadap perubahan keinginan pelanggan dan melakukan *quality control*.
- d. Memberikan pelayanan yang berkualitas, cepat, rapih dan ramah agar pelanggan merasa senang sehingga timbul rasa ingin melakukan pembelian ulang (*repurchase*).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Perusahaan jangan terlalu bergantung pada pendapatan yang berasal dari pesanan pelanggan tetap saja, akan tetapi mengikuti perkembangan zaman yaitu memaksimalkan penjualan secara *online*, dengan memanfaatkan jejaring media sosial seperti Facebook dan Instagram.
- 2) Membuat produk yang menjadi ciri khas Tuskbag, sehingga unik dan berbeda dengan merek pesaing dan menjadi daya tarik tersendiri bagi Tuskbag.
- 3) Membuat standar kualitas produk untuk mendapatkan produk yang berkualitas dan bermutu tinggi dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan untuk menjaga kepuasan pelanggan.
- 4) Menyusun laporan keuangan secara komputerisasi merupakan suatu langkah yang sangat baik, dengan adanya laporan keuangan perusahaan dapat melihat perkembangan usahanya, dan dapat membuat penganggaran dan peramalan serta perencanaan pengembangan usaha untuk kedepannya.