

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, pada Konveksi Scout Shop ada beberapa yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konveksi SC masih menggunakan sistem manajemen kekeluargaan, dimana pengolahan keuangannya masih belum tertata rapih, berfokus menjual produk dalam lingkungannya sendiri yaitu pesantren gontor, belum melakukan promosi dengan menggunakan web atau Sosial Media, Mesin produksinya cukup lengkap kapasitas produksinya 1.000 – 1.500 perbulan dan produk yang dihasilkan berkualitas bisa mencapai 5 Tahun dengan jaminan Garansi tahun.
2. Pada kuesoner SWOT Peneliti menganalisa beberapa strategi dan melakukan pembuatan Grafik untuk menentukan Strategi mana yang menjadi prioritas SWOT yang ternyata lebih mengarah pada Weaknesse dan Opportunies (WO) maka strategi yang diterapkan adalah Mendesain ulang manajemen baru untuk meningkatkan produktivitas (W1, W2, W4, O1, O3, O4), Menjalin kerjasama tetap kepada pemasok bahan baku (W4, O2,), Melakukan promosi menggunakan sosial media dan website untuk menarik konsumen baru (W1, W2,O1, O3, O5), Meresmikan Brand dan melengkapi perijinan (S1, W2, W5, O1, O3, O4)
3. Pada IFAS – EFAS setelah melakukan pembobotan dari Faktor – faktor peneliti mendapatkan faktor yang paling berpengaruh pada *strenght* Mutu / Kualitas Produk Terjamin (S1), Keterampilan Pekerja (S5), *Weaknesses* Manajemen Perusahaan masih bersifat kekeluargaan (W1), Modal Usaha Terbatas (Keterbatasan Modal) (W4), *Opportunities* Peluang pasar yang cukup tinggi (pemasaran yang luas) (O1), Meningkatnya daya beli konsumen (O3), *Threats*, Adanya beberapa pesaing yang sudah terlebih dahulu berdiri (T2), Kondisi Perekonomian yang tidak stabil (T1)
4. Setelah menganalisa sumber daya – sumber daya yang dimiliki oleh Konveksi SC, diketahui yang menjadi kelemahan adalah, belum melakukan

Inovasi produk *Outdoor*, Sistem manajemen masih bersifat kekeluargaan, belum ada jenjang karir bagi pekerja, Modal usaha yang masih terbatas, belum melakukan promosi, Konsumen segmen yang masih terbatas, belum memanfaatkan Digital seperti Web dan Social Media dan belum memiliki Izin usaha dari pemerintah.

5. Pada *lean Canvas* usulan peneliti menambahkan beberapa poin yaitu pada *Customer Segment* memperluas pasar dan menambah Inovasi dan variasi produk, *Problem* bertambahnya jumlah pesaing, *Channels* membuat Web dan Sosial media sendiri, *Cost Structure* mendapatkan *Investor*, *Unfair Advantage* Meresmikan Brand, Upgrade Skill pekerja dan Update Mesin Produksi, *Key Metrics* bertambah menjadi 2 kali lipat

V.2 SARAN

1. Untuk peneliti dan Universitas

Pada penelitian ini belum mengambil sudut pandang Konsumen dan membandingkan nya secara akurat dengan Kompetitor sejenis, sehingga dalam perumusan strategi manajemen masih kurang dalam dan akurat, untuk Universitas perbanyak lagi mata kuliah dan metode yang berhubungan langsung dan bisa langsung di aplikasikan sehingga, Mahasiswa dapat mempelajari dan menganalisa sebuah kasus lebih dalam dan menghasilkan penelitian yang lebih berkualitas.

2. Untuk Konveksi SC

Segera mendesain ulang sistem manajemen agar, Konveksi SC dapat lebih tertata dan produktif, memperluas pasar, membuat berbagai macam promosi agar Konsumen tertarik, menyediakan berbagai macam produk *Outdoor*, menggunakan Web dan social media untuk menjaring Konsumen, mencari *Investor* untuk menambah modal, segera meresmikan Brand, memberikan pelatihan pada pekerja dan selalu Optimasikan Mesin Produksi