

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai strategi peningkatan kinerja penjualan pada usaha Konveksi Al-Akbar, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis lingkungan internal menunjukkan bahwa Konveksi Al-Akbar memiliki sejumlah kekuatan, antara lain kualitas produk yang baik dan konsisten, harga yang cukup bersaing, hubungan kerja yang harmonis antara pemilik dan karyawan, tenaga kerja yang berpengalaman, serta dukungan peralatan dan teknologi produksi yang memadai. Namun demikian, usaha ini menghadapi beberapa kelemahan seperti kegiatan promosi yang belum optimal, proses produksi yang belum sepenuhnya efisien, pencatatan keuangan yang masih sederhana, ketergantungan penjualan pada musim tertentu, serta belum dipahaminya visi dan misi usaha secara menyeluruh oleh karyawan.
2. Dari hasil analisis lingkungan eksternal, Konveksi Al-Akbar memiliki peluang yang cukup besar seperti adanya perkembangan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran, minat masyarakat terhadap produk lokal, kemajuan teknologi produksi dan pemasaran, serta loyalitas pelanggan yang cukup baik. Di sisi lain, usaha ini juga menghadapi berbagai ancaman seperti ketatnya persaingan antar usaha di wilayah

tersebut, fluktuasi harga bahan baju, perubahan tren pasar yang cepat, serta kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat.

3. Alternatif strategi yang dirumuskan melalui matriks SWOT menghasilkan beberapa pilihan strategi. Berdasarkan hasil perhitungan QSPM, strategi yang memperoleh nilai Total Attractiveness Score (TAS) tertinggi adalah strategi meningkatkan pemahaman visi dan misi usaha sehingga karyawan memiliki arah kerja yang jelas dalam menghadapi pesaing serta memperluas segmen pasar dan variasi produk seperti mengembangkan pasar pada produk anak-anak untuk menghindari ketergantungan pada musim tertentu. Strategi tersebut dinilai paling sesuai untuk meningkatkan kinerja penjualan Konveksi Al-Akbar.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi, baik secara praktis maupun akademik, sebagai berikut:

1. Implikasi praktis

Penelitian ini secara kualitatif hasil wawancara masih menunjukkan keterbatasan pada karyawan mengenai pemahaman visi dan misi usaha serta ketergantungan. penjualan pada musim tertentu. Oleh karena itu penerapan strategi peningkatan pemahaman visi dan misi diharapkan dapat memperjelas arah kerja karyawan. Lalu strategi diversifikasi pasar dan produk seperti mengembangkan produk anak-anak hingga mampu mengurangi ketergantungan usaha pada musim tertentu dan dapat meningkatkan kinerja usaha. Secara kuantitatif, hasil analisis IFAS dan

EFAS menunjukkan bahwa kondisi Konveksi Al-Akbar memiliki skor IFAS 2.91 dan EFAS 3.32 posisi usaha Konveksi Al-Akbar cukup kuat. Serta berdasarkan matriks IE usaha berada pada sel II dan hasil QSPM menunjukkan strategi peningkatan pemahaman visi dan misi usaha serta perluasan segmen pasar dan variasi produk yang memiliki nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi, sehingga secara kuantitatif strategi ini paling direkomendasikan untuk diterapkan. Implikasi kuantitatif ini memberikan pilihan kepada pemilik dalam menentukan strategi prioritas secara terukur.

2. Implikasi akademik

Secara kualitatif, penelitian ini memperkuat penerapan teori manajemen strategi dengan menunjukkan bahwa analisis strategi tidak hanya pada perhitungan kuantitatif, tetapi perlu juga didukung oleh pemahaman terhadap kondisi nyata usaha melalui wawancara. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji strategi peningkatan penjualan usaha dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Secara kuantitatif, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan matriks IFAS, EFAS, diagram SWOT, Matriks IE dan QSPM dapat memberikan gambaran secara terukur tentang kondisi internal dan eksternal usaha. Serta dalam menentukan prioritas strategi berdasarkan nilai bobot, rating dan TAS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa QSPM membantu dalam pengambilan keputusan strategi yang objektif dalam penelitian manajemen strategi pada UMKM.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Sumber acuan yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas pada beberapa jurnal yang relevan, sehingga kemungkinan masih terdapat referensi lain yang belum digunakan dan dapat menambah pembahasan penelitian.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada objek Konveksi Al-Akbar sehingga hasil penelitian ini belum tentu dapat mewakili kondisi usaha knveksi lainnya yang memiliki karakteristik berbeda.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Konveksi Al-Akbar, disarankan untuk memprioritaskan strategi peningkatan pemahaman visi dan misi usaha kepada seluruh karyawan secara berkelanjutan. Strategi ini dapat dilakukan melalui sosialisasi rutin atau melakukan pengarahan kerja, sehingga karyawan memiliki arah kerja yang jelas dan mampu bekerja secara selaras dalam menghadapi persaingan usaha.
2. Konveksi Al-Akbar juga disarankan untuk menerapkan strategi perluasan segmen pasar dan mengembangkan variasi produk. Strategi ini dapat dilakukan dengan menambah jenis produk di luar produk yang selalu pada musim tertentu serta memperluas segmen pasar, sehingga ketergantungan

penjualan pada musim tertentu dapat berkurang dan kinerja penjualan menjadi lebih stabil.

