

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Analisis *Strenght, Weakneses, Opportunities, Threats* (SWOT) merupakan analisis yang menggabungkan 2 faktor dalam menganalisis sebuah perusahaan, faktor tersebut yaitu faktor internal terdiri dari kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weaknesess*) perusahaan. Hasil dari analisis *Strenght, Weakneses, Opportunities, Threats* (SWOT) pada beberapa perusahaan konveksi yang ada di Desa Bungur yang sengaja peneliti ambil 3 (tiga) perusahaan konveksi yang peneliti jadikan sampel yaitu perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah, perusahaan konveksi UD. An-Darik dan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear, dalam kedua matrik *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factors Analysis Summary* menunjukkan bahwa strategi *Strenght-Opportunities* (SO) memiliki nilai yang paling tinggi pada ketiga perusahaan konveksi tersebut ketimbang strategi *Strenght-Threats* (ST), *Weaknesses-Opportunities* (WO), *Weaknesses-Threats* (WT) dan *Strenght-Weaknesses* (SW) serta dapat diketahui bahwasanya posisi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah, perusahaan konveksi UD. An-Darik dan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ini berada pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi agresif. Pada posisi ini merupakan situasi yang sangat

menguntungkan, dimana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat menjadikan kekuatan untuk mengambil setiap peluang yang telah tersedia.

2. Dari uraian diatas bahwasanya strategi yang paling tepat dalam pengembangan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah, perusahaan konveksi UD. An-Darik dan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah *Strenght-Opportunities* (SO). Dimana dalam strategi ini pihak perusahaan akan menggunakan semua kekuatannya untuk mengambil setiap peluang yang ada. Dalam strategi *Strenght-Opportunities* (SO) perusahaan tersebut diberikan beberapa masukan strategi mulai dari dengan memanfaatkan izin usaha untuk mendapatkan bantuan pembiayaan, pelatihan dan pendampingan dalam operasional produksi, meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk yang telah lama dijaga, Menambah jumlah karyawan yang sudah ada agar dapat terus menjaga kepercayaan konsumen dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, lebih mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk melakukan promosi dan periklanan, Memberikan promo maupun diskon khusus untuk memancing minat konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian maka peneliti menyarankan beberapa hal yakni sebagai berikut:

### **1. Bagi Lembaga**

Dari hasil pembahasan yang telah peneliti uraikan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pihak dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah, perusahaan konveksi UD. An-Darik dan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear untuk lebih memperhatikan apa yang diperlukan dalam menjaga kelangsungan usaha perusahaan, antara lain:

- a. Menambah tenaga kerja (SDM), dengan menambah karyawan baru maka pekerjaan akan semakin ringan, dan terselesaikannya target tepat waktu yang membuat para konsumen mendapatkan kepuasan dan menaruh kepercayaan.
- b. Optimalisasi penggunaan teknologi informasi, apabila masing-masing perusahaan konveksi dapat memaksimalkan penggunaan teknologi informasi dengan mengadakan promosi, iklan maupun diskon lewat media sosial maka itu akan berdampak positif bagi perkembangan perusahaan.
- c. Lebih menjaga kepercayaan konsumen, apabila seluruh pesanan dari pihak konsumen selalu dapat selesai dan sampai

tujuan dengan tepat waktu maka konsumen akan menaruh kepercayaan yang artinya hal itu sangat bagus bagi perkembangan perusahaan.

## 2. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan maupun tambahan referensi dalam menyelesaikan tugas para mahasiswa maupun penelitian yang akan datang.

## 3. Bagi Peneliti selanjutnya

Dalam penelitian ini jumlah data *time series* yang digunakan masih relatif sedikit, oleh karena itu dianjurkan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi sehingga hasil penelitiannya akan lebih baik.