

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis penulis terhadap perusahaan konfeksi Restu & Radyt selama menjalani rangkaian proses pengumpulan data dan memberikan saran dengan menggunakan beberapa metode dalam merumuskan strategi inovasi dengan harapan dapat menjadi pertimbangan dalam merumuskan strategi baik bagi perusahaan konfeksi Restu & Radyt maupun menjadi referensi bagi UMKM pada umumnya sehingga dapat memperkuat posisi perusahaan terutama pada industri sejenis dalam menghadapi kondisi krisis ekonomi atau sebagai persiapan dalam menghadapi kondisi serupa di masa yang akan datang. Maka dari itu penulis dapat memberi kesimpulan akan tulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan konfeksi Restu & Radyt mengalami penurunan pendapatan yang signifikan yang diakibatkan oleh menurunnya permintaan. Perusahaan sendiri tidak memiliki strategi yang terperinci, sistematis, dan efektif baik dalam strategi operasional pada umumnya maupun strategi dalam mengembangkan inovasi. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pemilik konfeksi Restu & Radyt, pemilik menyatakan bahwa hambatan dalam melakukan inovasi adalah tidak ada ide atau gagasan baik yang sudah direncanakan

sebelumnya maupun akan dilakukan saat kondisi ini. Sedangkan saat tulisan ini dibuat, kondisi ekonomi sedang terdampak akibat dari perlambatan ekonomi. Pelaku usaha dituntut untuk dapat melakukan adaptasi yang salah satunya dengan menerapkan inovasi baik secara produk maupun proses. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hambatan yang dialami perusahaan adalah perusahaan tidak memiliki mekanisme dalam proses penciptaan inovasi.

2. Faktor internal yang mempengaruhi kinerja perusahaan adalah perusahaan mempunyai ketergantungan terhadap pemasok bahan baku yang memberikan kredit kepada perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan perusahaan sendiri belum mempunyai struktur permodalan yang kuat. Sehingga hal ini menjadi hambatan bagi perusahaan dalam melakukan inovasi dari segi biaya yang perlu dikeluarkan perusahaan. Kemudian dari sisi pencatatan yang dilakukan perusahaan belum dilakukan secara terstruktur sehingga menjadi hambatan pada saat akan melakukan inovasi dalam tahap melakukan alokasi anggaran. Selain dari hambatan inovasi terdapat peluang inovasi dari faktor internal yaitu pemilik perusahaan sendiri memiliki pemahaman dan pengetahuan yang mendalam baik dari segi proses maupun produksi perusahaan sehingga dapat dilakukan inovasi dari segi produk maupun proses.

Sedangkan dalam faktor eksternal perusahaan memiliki jajaran produk yang dibuat berdasarkan regulasi dari pemerintah baik dari segi model maupun warna sehingga membatasi perusahaan dalam melakukan inovasi. Selain itu, terdapat faktor eksternal yang menjadi peluang yaitu terus meningkatnya ekonomi yang sejalan dengan belanja pemerintah. Sehingga inovasi ini dapat memberikan peluang bagi perusahaan dalam melakukan inovasi untuk jajaran produk yang akan diproduksi. Kemudian faktor teknologi yang berkembang pesat dapat menjadi peluang bagi perusahaan dalam melakukan inovasi dengan penggunaan teknologi baik bagi pemasaran maupun kegiatan operasional.

3. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang didapatkan dari hasil analisis internal dan eksternal yang kemudian menjadi rancangan strategi inovasi berdasarkan ide dan gagasan dari analisis radar inovasi, maka strategi inovasi tersebut adalah sebagai berikut:

- Menciptakan jajaran atau jenis produk baru dengan memanfaatkan pengetahuan pemilik dalam hal produksi maupun proses untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- Menambah produk tambahan penunjang produk utama sebagai tambahan penghasilan dengan memanfaatkan

permintaan akan dari belanja pemerintah yang terus meningkat.

- Meningkatkan fitur akan produk yang ditawarkan seperti penggunaan bahan anti bakteri dan anti UV dengan memanfaatkan kemampuan pemilik perusahaan di bidang produksi.
- Membuka jasa maklun untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dengan memanfaatkan kemampuan pemilik perusahaan dalam hal produksi.
- Menggunakan teknologi digital dalam kegiatan operasional, pemasaran, dan interaksi dengan pelanggan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang pesat saat ini.

## 6.2 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat dilihat bahwa perusahaan dapat melakukan inovasi dengan memanfaatkan potensi akan ide atau gagasan yang didapat dari hasil analisis radar inovasi dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu dengan memanfaatkan peluang berupa ide dan gagasan yang telah dianalisa tersebut, diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan pendapatan maupun melakukan efisiensi pada perusahaan. Maka pada bagian ini peneliti akan memberikan saran yang relevan sesuai dengan strategi inovasi yang telah dirumuskan untuk diimplementasikan dalam memaksimalkan potensi inovasi yang dapat dilakukan, yaitu:

1. Melakukan proses inovasi secara bertahap dan berkelanjutan.
2. Melakukan riset tentang jenis dan varian produk baru yang dapat diproduksi perusahaan.
3. Mencari kebutuhan konsumen akan produk dengan jenis lain dengan melakukan komunikasi dengan pelanggan yang sudah ada.
4. Memanfaatkan media sosial atau melakukan pemantauan melalui *e-commerce* dan media sosial tentang jenis produk yang sedang banyak diminati.
5. Membuat daftar aksesoris yang dibutuhkan sebagai pelengkap produk utama.

6. Mencari pemasok aksesoris penunjang produk utama baik secara langsung maupun menggunakan media daring.
7. Mencari penyedia bahan anti bakteri dan anti UV dan melakukan riset.
8. Mempersiapkan daftar produk yang mampu diproduksi perusahaan untuk membuka layanan jasa maklon.
9. Melakukan pemasaran dengan komunikasi dengan pelanggan yang telah ada atau secara digital untuk mencari calon konsumen tentang penyediaan jasa maklon.
10. Mencari informasi mengenai platform, media sosial, *website*, dan lain-lain untuk melakukan pemasaran, meningkatkan relasi, dan interaksi dengan konsumen.
11. Mencari informasi mengenai sistem terintegrasi untuk operasional perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, Kenneth R. (2005). *Konsep Strategi Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Alfred, D. Chandler, Jr. (1962). *Strategy and Structure: Chapter in The History of The Industrial Enterprise*. Cambridge Mass: MIT Press.
- Chandler, B. (1962) . *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Schendel D. , Hofer C. , Higgins. (1985) . *Pengambilan Keputusan Stratejik. Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta : Garasindo.
- Hubbard, Graham & Beamish, Paul. (2011). *Strategic Management: Thinking, Analysis, Action*. (4thed). Australia: Pearson Australia. 20.
- Porter M. (1980). *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Bharadwaj, Sundar G, Varadarajan P.R., Fahly, Jihn. (1993). *Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions*. *Journal of Marketing*.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concepts and Cases*. New Jersey: Pearson.
- Kuczarski, T. D. (2003). *What is innovation? And why aren't companies doing more of it?* *Journal of Consumer Marketing*, 20, 536-541.

- Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- M. Rogers, Everett (1983). *Diffusion of Innovations*, London : Collier Macmillan Publisher
- Hadiyati, Ernani. 2011. *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Hittmár, Š., Varmus, M., Lendel, V. (2014). *Proposal Of Model For Effective Implementation Of Innovation Strategy To Business*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 1194 – 1198.
- Anatan, L., Ellitan, L. (2009). *Manajemen Inovasi: Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Atalay, M., N. Anafartand., F. Sarvan. 2013. *The relationship Between Innovation And Firm Performance: An Empirical Evidence From Turkish Automotive Supplier Industry*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 75, 226-235.
- Sukarmen, P. (2013). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara (Persero)*.
- Utterback, J.M., (1994). *Mastering The Dynamics of Innovation: How Companies Can Seize Opportunities in The Faced of Technological Change* Boston. Boston: Harvard Business School Press.

Baldwin, J.R. (1994). The Importance of Research and Development for Innovation in Small and Large Canadian Manufacturing Firms, Paper No. 107, 11F0019MPE No.107, ISSN: 1200-5223, ISBN: 0-660-17140-6, Statistics Canada, 24B, R.H., Coats Building Ottawa, K1A 0T6.

Hendro, (2011). Dasar - Dasar Kewirausahaan, Jakarta: Erlangga

Fontana, Avanti, (2001). Innovative We Can !. Jakarta: PT. Gramedia

Stanton, William J. (1984). Fundamentals of Marketing. 8th Edition. Mc Graw Hill

Rangkuti, F. (2018). Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 102 -103

David, Fred R. (2011) . Strategic Management: Concept and Case. 13th Ed. Pearson Education : Upper Saddle River, New Jersey.

Harjito A. , Martono. (2008). Manajemen Keuangan. Yogyakarta: EKONISIA

Silalahi, M. (2018). Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif. Bandung: PT Refika Aditama.

Akbar, U. H. (2011). Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D.

Rogers, Everett.(1983). Diffusion of Innovation Third Edition. New York: The Free Press.