

BAB 4

SARAN DAN KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah diperoleh oleh peneliti terkait dengan analisis strategi bersaing pada toko Farvella Textile, maka peneliti menguraikan kesimpulan yang didapatkan berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal sebagai berikut :

1. Strategi yang diterapkan oleh toko Farvella Textile adalah strategi *Cost Leadership*. Toko Farvella Textile menawarkan produk atau layanan dengan harga yang lebih rendah daripada pesaing mereka melalui efisiensi operasional, inovasi dalam proses, dan pengendalian biaya yang ketat. Toko Farvella Textile berfokus pada menurunkan cost atau beban-beban yang ada sehingga mereka bisa menjual kain-kain dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya.
2. Ada situasi yang menguntungkan perusahaan dari lingkungan eksternal, seperti yang ditunjukkan oleh analisis PESTLE, hal ini dapat dilihat dari faktor ekonomi yang memberikan peluang dalam pertumbuhan ekonomi dalam bentuk ekspor produk textile dengan begitu penggajian karyawan didalam toko Farvella Textile bisa sejahtera dan mengikuti aturan atau kebijakan dari pemerintah yang termuat dalam PERDA Kota Bandung No.4 Tahun 2018. Kemudian terdapat pertumbuhan penduduk yang cepat yang mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan setiap

tahunnya. Perkembangan teknologi juga mengalami kemajuan dengan sangat cepat yang menjadi ancaman banyaknya persaingan terjadi di dalamnya. Dari segi lingkungan dapat dilihat bisa menjadi peluang yang penting untuk merancang dan memanfaatkan limbah textile yang berupa kain textile sebagai sebuah ide bisnis baru seperti bentuk kerajinan yang bisa memberikan penghasilan tambahan. Dari analisis dengan menggunakan *Porter's Five Forces*, menunjukkan bahwa keadaan persaingan di industri textile dapat dikatakan tinggi, hal ini dapat dilihat dari beberapa kompetitor yang memiliki keunggulan yang sama dan mendekati dalam *Matrix Competitive Profile*. Adanya juga pendatang baru yang bisa mengancam, serta adanya juga kekuatan pemasok yang kuat yang bisa membantu mengendalikan persediaan. Selain itu, adanya penawaran pembeli yang bisa mempengaruhi minat pembeli atau munculnya produk pengganti yang bisa mengancam pertumbuhan dari perusahaan. Dalam analisis internal, yang dilakukan dengan menggunakan analisis rantai nilai (*Value Chain*) dari toko Farvella Textile, hal ini lokasi perusahaan dapat dikatakan sudah baik dikarenakan terletak di wilayah yang strategi dekat dengan tempat pengambilan stok dan pusat penjualan kain textile. Dari segi penjualan, toko Farvella Textile sudah menerapkan penjualan online yang berada di marketplace. Dari segi produk Fravella Textile memiliki beberapa jenis kain textile seperti kain satin velvet, kain toyobo, kain satin charmeuse, kain ceruti, dan

kain brokat. Dari segi SDM toko Farvella Textile sudah memiliki pengetahuan dan skill dalam bidang textile serta memberikan pelatihan kepada karyawan baru yang minim akan skill dan pengetahuan, hal ini juga memberikan dampak yang positif karena ada dua orang yang merangkap jabatan untuk mengurangi biaya yang dikeluarkan agar kinerja lebih efisien dan efektif. Dari segi infrastruktur toko Farvella Textile sudah cukup baik karena bisa mengurangi biaya sewa dan mengurangi biaya *maintenance* lainnya yang tidak diperlukan.

3. Setelah penulis melakukan penelitian terhadap lingkungan internal dan eksternal toko Farvella Textile, strategi yang direkomendasikan untuk masa yang mendatang adalah strategi diferensiasi. Pemilihan strategi ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik pembeli dan pelanggan dalam membeli produk textile serta menjaga konsistensi kualitas produk textile dan penilaian layanan yang dimiliki oleh toko Farvella Textile dan menanamkan persepsi baik mengenai produk kain textile yang ditawarkan oleh toko Farvella Textile. Terdapat perubahan Strategi yang ditawarkan oleh toko Farvella Textile yang awal mulanya strategi *Cost Leadership* menjadi strategi diferensiasi yang dimana hal ini diakibatkan dari banyak produk impor yang masuk dan juga penurunan penjualan. Oleh karena itu, perlu ada perubahan dari sisi value chain toko Farvella Textile. Value chain yang dihasilkan harus bisa mendorong

diferensiasi. Sebagai contoh inovasi dapat dilakukan di bagian inbound logistik, marketing dan sales serta di segi layanan toko Farvella Textile.

4.2 Saran

Berikut merupakan saran atau rekomendasi yang dapat dilakukan oleh toko Farvella Textile berdasarkan hasil analisis penulis yang berasal dari kesimpulan yang diperoleh yaitu ;

1. Cara mencapai strategi diferensiasi dengan melakukan, memperkuat dan meningkatkan di bidang RnD (Research and Development) dan di bidang inovasi yang berguna untuk menghasilkan keunikan dari produk dengan berbagai variasi yang unik dan menghasilkan ciri khas dari produk toko Farvella Textile sendiri.
2. Toko Farvella Textile harus memiliki kerjasama yang baik dengan affiliate dalam memasarkan produk kain textile yang dimiliki.
3. Meningkatkan keunikan produk seperti menjual paket combo sehingga lebih tertarik dan mudah mendapatkan gambaran atau persepsi produk kain textile yang ingin dibeli oleh pembeli.
4. Toko Farvella Textile terus melakukan evaluasi mengenai strategi yang telah dilaksanakan atau dilakukan agar bisa mengetahui strategi yang dipakai sudah efisien dan efektif dalam melakukan kegiatan bisnis.

5. Toko Farvella Textile harus mampu dan merencanakan mengenai jadwal pelatihan yang diberikan untuk SDM agar lebih efektif dalam menjalankan aktivitas administratif (utama) dan aktivitas pendukung.
6. Toko Farvella Textile juga bisa memanfaatkan bahan sisa kain textile yang bisa memiliki nilai jual seperti membuat bando atau gelang rambut scrunchie atau membuat sebuah inovasi dengan memanfaatkan kain textile yang ada seperti membuat baju.

4.3 Implikasi

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan konsekuensi atau implikasi sebagai berikut:

1. Toko Farvella Textile mengetahui bahwa tingginya persaingan yang terjadi memungkinkan Farvella untuk meningkatkan dan menjaga kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen atau pembeli, yang memungkinkan Farvella untuk tetap unggul dalam menjalankan operasi bisnisnya, dengan melakukan R&D untuk mengetahui kelemahan dari produk yang dimilikinya..
2. Toko Farvella Textile bisa mengetahui dan mengatasi kekurangan yang dimilikinya agar bisa memiliki keunggulan dalam bersaing dengan kompetitor lainnya, dengan cara bergabung dalam komunitas textile yang berada di sekitarnya serta memberikan promo dan diskon yang menarik untuk konsumen dalam membeli produk textile perusahaan.

3. Meningkatnya penjualan dan kualitas produk, Kapasitas Farvella Textile untuk menyesuaikan diri dengan perubahan konstan dalam persaingan, dengan cara melakukan R&D untuk mengetahui kelemahan dari produk yang dimilikinya.
4. Terpenuhinya tenaga kerja yang terdidik serta terlatih untuk memenuhi kebutuhan bisnis dalam meningkatkan fungsi manajemen agar menciptakan sebuah inovasi dan keunikan pada produk yang bisa diterima oleh pembeli. Dengan cara menyusun jadwal pelatihan dalam bentuk training produk knowledge dan pengenalan sistem dan pengembangan untuk karyawan.
5. Penggunaan dalam logistik yang menggunakan sistem Sicrlo yang berbasis Cloud , hal ini dikarenakan untuk mempermudah mengetahui kode dan lokasi barang sehingga bisa menyelesaikan dalam pengambilan sebuah keputusan yang lebih baik. Dengan cara memberikan pelatihan mengenai penggunaan sistem untuk setiap karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2023, January 13). *Teknik pengumpulan data - Artikel*. Program Studi Agribisnis Terbaik Di Sumut. <https://agribisnis.uma.ac.id/2023/01/13/teknik-pengumpulan-data/>
- Ahdiat, A. (2023a, March 5). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- Ahdiat, A. (2023b, November 10). Tren pengunjung e-commerce kuartal III 2023, shopee Kian Melesat. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>
- Analisa SWOT manajemen strategis. (n.d.). Ppt Download. Retrieved November 27, 2023, from <https://slideplayer.info/slide/2607121/>
- Annur, C. M. (n.d.). Penduduk Indonesia Tembus 278 Juta Jiwa hingga Pertengahan 2023. *Databoks*. Retrieved November 27, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/13/penduduk-indonesia-tembus-278-juta-jiwa-hingga-pertengahan-2023>
- Ariq.Bagas. (2022, July 9). *7 Kelebihan Belanja di Shopee, Tidak Hanya Gratis Ongkir!* Inspirasi Shopee. <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/kelebihan-belanja-di-shopee-dari-gratis-ongkir-hingga-ada-layanan-ekspedisi-sendiri/>
- Fadli, L. H. (2019). Strategic management analisis SWOT pada PT. Gajah tunggal tbk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 106–114. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i2.61>
- Felia, F. (2016). Analisa strategi bersaing PT. Surya cipta mandiri. *Agora*, 4(2), 250–258.
- Idris, M. (2023, January 22). Daftar Gaji UMR Kota Bandung 2023 dan Seluruh Jabar Halaman all. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2023/01/22/124645826/daftar-gaji-umr-kota-bandung-2023-dan-seluruh-jabar?page=all>

- Indonesia.go.id. (n.d.). Ekspor Tekstil Indonesia Bertumbuh. Retrieved November 27, 2023, from <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7146/ekspor-tekstil-indonesia-bertumbuh?lang=1>
- J, A. (2019, August 20). What is Porter's Value Chain? Definition, VCA, Value Chain Activities, Using VCA Tool, Importance, Limitations. The Investors Book. <https://theinvestorsbook.com/porters-value-chain.html>
- Kemenperin: Menperin: PMI manufaktur juni 2023 naik tinggi, tapi industri tekstil masih menderita. (n.d.). Retrieved November 27, 2023, from <https://kemenperin.go.id/artikel/24184/Menperin:-PMI-Manufaktur-Juni-2023-Naik-Tinggi,-Tapi-Industri-Tekstil-Masih-Menderita>
- Manajemen strategis. (n.d.). Retrieved November 27, 2023, from https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=vKk5DgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=pengertian+strategi+menurut+para+ahli&ots=w967MIFAdC&sig=Nv9QrLC6lgwUrvRODNBEj1uShfA&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian%20strategi%20menurut%20para%20ahli&f=false
- Manfaat Manajemen Strategi. (2018, August 18). Hestanto. <https://www.hestanto.web.id/manfaat-manajemen-strategi/>
- Mustari, D. (2016). Perencanaan Strategic Management Sistem Informasi dengan Balanced Scorecard pada Taman Kanak-kanak. *STRING (Satuan Tulisan Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 1(1).
- Orang Indonesia Makin Melek internet. (n.d.). Indonesia Baik. Retrieved November 27, 2023, from <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet>
- Pengertian strategi bisnis menurut para ahli. (2021, May 28). <https://www.hestanto.web.id/pengertian-strategi-bisnis-menurut-para-ahli/>
- Pengolahan & Bahaya Limbah Industri Tekstil. (1970, January 1). Universal Eco. <https://www.universaleco.id/blog/detail/pengolahan-bahaya-limbah-industri-pakaian-tekstil/52>
- PERDA kota bandung no. 4 Tahun 2018. (n.d.). Database Peraturan | JDIH BPK. Retrieved November 27, 2023, from

<https://peraturan.bpk.go.id/Details/139624/perda-kota-bandung-no-4-tahun-2018>

- Respati, S. (2022, January 31). Hasil Riset Ipsos: Shopee jadi E-Commerce yang Paling Banyak Digunakan pada 2021 Halaman all. *Kompas.Com*.
<https://money.kompas.com/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-pada?page=all>
- Salmaa. (2023a, April 28). Metode penelitian kualitatif: Definisi, Jenis, Karakteristiknya. Penerbit Deepublish.
<https://penerbitdeepublish.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Salmaa. (2023b, June 8). Penelitian studi kasus: Jenis, Contoh, Ciri. Penerbit Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-studi-kasus/>
- Satriawan, N. (2020, June 21). Ranah *Research*. Ranah Research.
<https://ranahresearch.com/metode-penelitian-dan-jenis-metode-penelitian/>
- Shopee, Tokopedia, dan Lazada, Siapa Juara? (n.d.). Investor.Id. Retrieved November 27, 2023, from <https://investor.id/business/319585/shopee-tokopedia-dan-lazada-siapa-juara>
- Sinaga, D. (2023, April 13). Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2023, Potensi dan Peluang Usaha pada Ekosistem Digital · Ninna.id. Ninna.Id.
<https://www.ninna.id/pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-2023-potensi-dan-peluang-usaha-pada-ekosistem-digital/>
- Sutrisno, D. (2023, June 6). Limbah Tekstil Bisa Disulap Jadi fesyen Bernilai Jutaan. *IDN Times*.
<https://jabar.idntimes.com/news/jabar/debbie-sutrisno/limbah-tekstil-bisa-disulap-jadi-fesyen-kekiniaan-bernilai-jutaan>
- Syafnidawaty. (2020a, November 8). Data primer. UNIVERSITAS RAHARJA.
<https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/>
- Syafnidawaty. (2020b, November 8). *Data sekunder*. UNIVERSITAS RAHARJA.
<https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/>
- V, N. (2022, July 22). Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan, Dan Contohnya. Gramedia Literasi. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/>

LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Wawancara Yang Telah Di Lakukan :

1. Strategi apa yang saat ini diterapkan oleh Farvella Textile ?
2. Mengapa menggunakan strategi tersebut dalam Farvella Textile?
3. Bagaimana cara perusahaan bisa menyesuaikan diri dengan berbagai kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah?
4. Apakah kebijakan pemerintah ini memberikan dampak kepada perusahaan?
5. Bagaimana proses pengelolaan sumber daya manusia dalam Farvella Textile?
6. Kapan perusahaan melakukan pengelolaan sumber daya manusia agar berjalan dengan efisien?
7. Bagaimana keadaan persaingan perusahaan yang berdekatan dengan banyak pesaing?
8. Siapa yang menjadi pesaing yang terkuat atau utama dalam Farvella Textile?
9. Mengapa Farvella Textile menganggap pesaing tersebut sebagai pesaing terkuat atau utama?
10. Bagaimana pengelolaan pemasaran yang dilakukan oleh Farvella Textile?
11. Bagaimana cara perusahaan mengendalikan keuangan dengan baik agar bisa efektif?
12. Bagaimana Farvella Textile bisa melakukan pengembangan dan penelitian mengenai produk yang digemari oleh masyarakat?
13. Bagaimana Farvella Textile dalam melakukan pengelolaan branding?

14. Apa saja yang menjadi produk unggulan dalam Farvella Textile dengan pesaingnya?
15. Apa saja yang menjadi kelemahan produk dari Farvella Textile dengan produk dari pesaing?
16. Bagaimana Farvella Textile mengelola limbah sisa bahan kain textile?
17. Bagaimana cara Farvella Textile memaksimalkan peluang yang ada dari sisa bahan kain textile?
18. Seberapa penting pemasok dalam mempengaruhi produk di Farvella Textile?
19. Bagaimana pemasok bisa mencukupi kebutuhan Farvella Textile pada saat jumlah kain sedang krisis atau sulit didapatkan?
20. Bagaimana akses terhadap jaringan distribusi yang dialami oleh Farvella Textile?
21. Apa saja yang menjadi hambatan dalam Farvella Textile saat ingin masuk ke industri textile?
22. Bagaimana Farvella Textile bisa melihat daya beli konsumen dengan harga yang terjangkau?
23. Faktor apa saja yang bisa mempengaruhi pembeli dalam membeli produk yang ditawarkan oleh Farvella Textile?
24. Apakah Farvella Textile memiliki tempat penyimpanan produk serta bagaimana pengelolaan penyimpanan produk tersebut?
25. Bagaimana infrastruktur yang dimiliki oleh Farvella Textile saat ini?
26. Apa saja yang dilakukan oleh Farvella Textile dalam menjaga kualitas produk dan kualitas layanan kepada pembeli atau pelanggan?