

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran kekuatan pemasok dapat dilihat dari indikator-indikator yang terdiri dari jumlah pemasok bahan baku, kemampuan pemasok dalam mengendalikan bahan baku, kemampuan pemasok dalam mengendalikan harga bahan baku, hubungan pemasok dengan perusahaan dan tingkat kepentingan bahan baku yang dipasok. Indikator yang memiliki nilai tertinggi yaitu indikator kekuatan pemasok dalam mengendalikan harga bahan baku, sedangkan indikator yang memiliki nilai terendah adalah jumlah pemasok bahan baku.
2. Gambaran dari strategi produk dapat dijelaskan melalui indikator-indikator diantaranya variasi produk, kualitas, design, ukuran dan pelayanan dimana strategi produk memiliki hubungan yang kuat dengan penjualan, berpengaruh. Kualitas memiliki nilai paling tinggi untuk indikator startegi produk sedangkan ukuran memiliki nilai terendah.
3. Penjualan yang memiliki indikator, keseluruhan barang yang terjual dan modal kerja pada sebagian besar pengrajin boneka di sentra boneka Sukamulya berada pada skala sedang, hal ini mengindikasikan rendahnya tingkat penjualan yang terdapat pada pengrajin sentra boneka Sukamulya Bandung.

4. Berdasarkan hasil pembahasan dari masing-masing variabel, maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan pemasok terhadap strategi produk memiliki pengaruh yang terbesar dengan persentase 49,1% sedangkan kekuatan pemasok terhadap penjualan memiliki persentase terendah dengan nilai 39,9%.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai kekuatan pemasok terhadap strategi produk dan implikasinya pada penjualan yaitu:

1. Jumlah pemasok bahan baku merupakan indikator dalam kekuatan pemasok yang memiliki nilai terendah sebesar 54,39% hal ini dapat ditingkatkan dengan menambah jumlah pemasok bahan baku melalui penambahan relasi hubungan kerja dengan pemasok bahan baku atau mencari info pemasok bahan baku, sehingga dapat menjadi alternatif pilihan pemasok untuk pengrajin dalam memilih bahan baku yang akan digunakan, yang dapat dipertimbangkan dari faktor kualitas bahan baku, harga bahan baku, serta biaya yang dikeluarkan untuk memilih bekerjasama dengan pemasok bahan baku tersebut.
2. Ukuran produk merupakan indikator yang memiliki nilai terendah dalam strategi produk yang memiliki nilai sebesar 31,50%. Hal ini dikarenakan ukuran boneka yang diproduksi oleh semua pengrajin memiliki keragaman ukuran yang sama, maka dari itu hal tersebut dapat ditingkatkan dengan pengrajin menambah variasi ukuran boneka agar

menjadi pertimbangan pembeli dalam membeli boneka tersebut, atau menambah jumlah produk ukuran yang terbanyak dipilih oleh pembeli.

3. Penjualan pada pengrajin boneka di sentra boneka Sukamulya Bandung diindikasikan sebagian besar memiliki penjualan pada skala rendah. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara menambah promosi sentra boneka tersebut di media cetak, ataupun elektronik, agar sentra boneka tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat khususnya di Kota Bandung, sehingga dapat memberikan peningkatan terhadap penjualan boneka di sentra boneka Sukamulya Bandung tersebut. Kegiatan promosi tersebut dapat didukung oleh Pemerintah Kota Bandung karena sentra boneka Sukamulya Bandung merupakan kawasan sentra industri yang berpotensi dalam meningkatkan perekonomian Kota Bandung.
4. Keterkaitan antara kekuatan pemasok dengan strategi produk berada pada skala sedang maka dapat ditingkatkan dengan perbaikan hubungan kerja dengan pemasok atau memiliki strategi yang lebih baik untuk perkembangan dan inovasi produk boneka. Sedangkan keterkaitan antara kekuatan pemasok terhadap penjualan berada pada skala rendah, hal ini perlu diperhatikan lebih baik lagi oleh pengrajin boneka di sentra boneka Sukamulya Bandung, agar penjualan boneka dapat meningkat dan keterkaitan antara strategi produk terhadap penjualan memiliki skala sedang yang mana perlu adanya sinergi yang lebih baik antara pemasok bahan baku yang menjadi modal utama dalam pembuatan boneka guna meningkatkan penjualan boneka di sentra boneka Sukamulya Bandung.

5. Penulisan skripsi ini memiliki kelemahan yaitu ketidaktepatan di dalam memilih indikator strategi produk untuk ukuran dalam operasional variabel serta instrument penelitian. Penulis menggunakan indikator diantaranya, kualitas, variasi, ukuran, design, dan pelayanan, dimana indikator tersebut merupakan alat ukur produk. Sehingga akan lebih tepat jika penulis menggunakan indikator diantaranya menambah lini produk baru, memperpanjang lini produknya, menambah lebih banyak varian produk dan memperdalam bauran produknya, dikarenakan indikator tersebut merupakan indikator yang sesuai untuk strategi produk.

