

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan beberapa simpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya, serta rekomendasi untuk LAF Project.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Struktur *supply chain* yang terjadi pada UMKM Laf Project dikatakan sudah optimal dalam aktivitasnya. Dilihat dari aliran informasi antar *supplier* dan *vendor* pada perusahaan sangat baik sehingga pada alur berikutnya dapat melancarkan aktivitas-aktivitas selanjutnya.
2. Berdasarkan hasil pengukuran kinerja *Green Supply Chain Management* pada Laf Project diperoleh nilai hasil yang masuk dalam kategori “*marginal*”. Mencakup sembilan belas kategori yang dihitung dengan delapan kategori merah dengan maksud agar indikator tersebut dapat segera diperbaiki, satu kategori kuning, dan sembilan kategori berwarna hijau dan bernilai baik.
3. Dari keseluruhan KPI terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai kurang baik. Maka dari itu perlu diadakan pembaharuan yang dapat menunjang nilai kinerja yang dihasilkan. Upaya perbaikan dapat diperhitungkan kembali mulai dari usulan yang telah diberikan penulis, atau dengan perusahaan menyesuaikan kembali dengan kebutuhan perusahaan. Upaya dapat ditekankan pada arah pengembangan perusahaan untuk lebih peduli mengenai *Green Supply Chain Management*.

5.2 Saran

1. Struktur *supply chain* bisa ditingkatkan dengan cara mempelajari lebih lanjut tentang keberlanjutan rantai pasokan salah satunya dengan penerapan GSCM

2. Indikator yang diterapkan dalam penelitian ini bersifat fleksibel, perusahaan dapat lebih mengembangkan pengukuran kinerja yang terkait dengan kebutuhan disetiap periode.
3. Berdasarkan hasil yang telah dihitung oleh peneliti, upaya perbaikan diharapkan dapat segera diterapkan oleh pihak Laf Project mengingat isu lingkungan sangat penting untuk perusahaan, bukan hanya untuk internal perusahaan, sistem keberlanjutan yang diterapkan dapat menjadi nilai unggul dalam persaingan perusahaan dengan lini bisnis yang sama.