

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai analisis strategi bisnis *social enterprise* Konveksi Berkah menggunakan analisis SWOT sebagai berikut:

1. Gambaran umum strategi bisnis yang digunakan *social enterprise* Konveksi Berkah yaitu tidak ada. Semenjak berdirinya Konveksi Berkah dari tahun 2015 hingga saat ini, usaha Konveksi Berkah belum memiliki strategi bisnis yang diterapkan.
2. Hasil penelitian telah mengidentifikasi masing – masing faktor SWOT pada *social enterprise* Konveksi Berkah yang terdiri dari 11 faktor aspek *Strength*, 3 faktor *Weakness*, 4 faktor *Opportunity*, dan 3 faktor *Threat*. Setelah didapatkan semua faktor SWOT *social enterprise* Konveksi Berkah selanjutnya faktor tersebut dianalisis menggunakan matriks *IFAS – EFAS* sehingga dapat diketahui berada pada posisi kuadran 1 dengan titik koordinat 1,62 pada sumbu X dan 0,35 pada sumbu Y. Posisi kuadran 1 ini menyarankan Konveksi Berkah untuk menerapkan strategi agresif atau strategi SO (*Strengths-Opportunities*).
3. Formulasi strategi bisnis *social enterprise* Konveksi Berkah yaitu menggunakan strategi agresif atau strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merenggut dan menggunakan peluang semaksimal mungkin yaitu dengan melakukan inovasi berupa digitalisasi terutama dalam bagian pemasaran pada usaha *social enterprise* Konveksi Berkah, mempertahankan kualitas produk dengan harga terjangkau dan kecepatan serta ketepatan pelayanan kepada konsumen untuk menjaga loyalitas konsumen Koveksi Berkah, dan mempertahankan serta mengembangkan sumber daya fisik maupun non fisik yang dimiliki agar Konveksi Berkah dapat bertahan, bersaing dengan kompetitor, dan terus berinovasi untuk dapat menonjolkan bahwa Konveksi Berkah juga merupakan sebuah *social enterprise* berbentuk UMKM.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan hasil penelitian bahwa *owner social enterprise* Konveksi Berkah memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai strategi bisnis sehingga peneliti dapat memberikan beberapa implikasi yaitu pihak Konveksi Berkah dapat menerapkan strategi bisnis menggunakan analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan dengan cara memanfaatkan seluruh kekuatan usaha yang ada dengan menggunakan berbagai peluang yang muncul. Selain itu, pihak Konveksi Berkah juga dapat lebih menonjolkan keunikan usahanya yang berbasis sosial untuk menghasilkan nilai-nilai sosial lebih banyak lagi.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dari observasi, wawancara, dan kuesioner yang dilaksanakan oleh peneliti menggunakan analisis SWOT, maka peneliti menyarankan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti.

Dengan melakukan penelitian ini, semoga peneliti dapat menggali potensi dalam dirinya khususnya pada bidang kewirausahaan berdasarkan pengalaman selama berkuliah dan wawasan dalam menganalisis strategi bisnis.

2. Bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneruskan penelitian ini, peneliti sarankan untuk mengembangkannya dengan menggunakan model strategi bisnis lain supaya dapat menemukan formulasi strategi bisnis terbaru lainnya serta meneliti secara jujur dan bersungguh – sungguh sesuai etika penulisan karya tulis ilmiah dan etika yang berlaku dimasyarakat.

3. Bagi pemilik bisnis khususnya pemilik usaha *social enterprise* Konveksi Berkah.

Berlandaskan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa konsumen Konveksi Berkah masih dalam lingkungan teman terdekat *owner* saja, maka dari itu peneliti menyarankan untuk pihak

Konveksi Berkah segera melakukan promosi secara digital untuk mendapatkan jangkauan konsumen yang luas serta mulai untuk lebih serius dalam menjalani usahanya sesuai dengan perkembangan zaman digital yang ada.

4. Bagi pembaca atau masyarakat luas.

Bagi pembaca atau masyarakat luas, peneliti sarankan untuk meningkatkan pengetahuan, kepedulian, dan kesadaran dalam membangun sebuah usaha berbasis sosial (*social enterprise*) untuk tidak sekedar mendapatkan keuntungan bagi pribadi dan perusahaannya/usahanya tersebut.