

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Peran penting orientasi kewirausahaan, perusahaan sudah melakukan berbagai tindakan yang sekiranya dapat mengungguli perusahaan lain. Dari tindakan yang dilakukan perusahaan yaitu proaktif, inovatif, dan pengambilan resiko atau landasan baru yang beresiko. Dari tindakan proaktif perusahaan sering mengikuti gelar pameran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk perusahaan ke masyarakat yang lebih luas. Inovatif yang dilakukan perusahaan melainkan mengembangkan produk yang ada sesuai dengan permintaan konsumen. Sedangkan pengambilan resiko yang dilakukan perusahaan melakukan penjualan ke luar daerah Tanggulangin khususnya Jawa Timur untuk mempertahankan jumlah penjualan. Landasan baru perusahaan adalah melakukan kolaborasi dengan teman pengerajin yang berjumlah 7 UKM.
2. Faktor pendukung dalam orientasi kewirausahaan yaitu faktor *internal* dan *eksternal*. Faktor *internal* meliputi : SDM, budaya perusahaan, sistem informasi, pemasaran, produksi, mesin, dan modal. Sedangkan faktor *eksternal* meliputi : konsumen, demografi, pemasok, dan pesaing.
3. Adapula faktor penghambat orientasi kewirausahaan meliputi : kelompok, lokasi, dan selera konsumen.

4. Demi menjaga kualitas produk perusahaan menggunakan bahan baku *Grade A* yang nanti hasilnya bisa diestimasi bertahan sampai beberapa tahun. Dalam pembuatan produk perusahaan menentukan model atau desain, atau bisa dibilang untuk produksi dengan jangka panjang dengan kata lain yang disebutkan adalah produk sepanjang masa. Seperti contoh tas kulit laki-laki, tas kulit perempuan, koper, jaket dan lain-lain. perusahaan bersedia membantu jasa servis seperti perbaikan resleting ataupun aksesoris yang tidak dikenakan biaya selama produk itu merupakan produk perusahaan itu sendiri. Selama masa pandemi perusahaan meningkatkan penjualan melalui media sosial seperti : Shoope, Instagram, Bukalapak, Tokopedia, FB.
5. Sesuai data yang diperoleh peneliti, orientasi kewirausahaan yang dilakukan perusahaan antara lain; (1) Proaktif, sebelum pandemi perusahaan mengikuti pameran yang diselenggarakan di Balikpapan pada bulan Februari 2020. (2) Inovatif, pengembangan produk Leechoir yang mana itu menyesuaikan produk dengan permintaan konsumen, semisal penggantian aksesoris seperti strap pada tas kulit. (3) Landasan baru, Pada saat kolaborasi perusahaan membuat toko baru yang diberi nama Grosir Tas Pasar Wisata yang bertempat di Jl. Raya Wates Kec. Tanggulangin. (4) Pengambilan resiko, setelah kejadian Lapindo pada tahun 2009 perusahaan melakukan penjualan di daerah Jawa Tengah dan Jawa Barat. Dari tindakan orientasi kewirausahaan tersebut terdapat faktor pendukung *internal*, antara lain; (1) Sumber daya manusia, kinerja karyawan perusahaan yang sudah berpengalaman. (2) Budaya organisasi/perusahaan,

karyawan menjaga baik komunikasi dengan atasan. (3) Sistem informasi, perusahaan bergabung dalam grup WhatsApp yang sebagian besar kelompok pengerajin dari berbagai daerah. (4) Produksi, perusahaan tetap berusaha menepati waktu yang telah disepakati dengan konsumen. (5) Mesin, perusahaan menggunakan mesin yang memadai, dilihat dari produk yang menggunakan baku kulit tebal dan jahitan pada produk sangat rapi. (6) Pemasaran, perusahaan melakukan pemasaran produk melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Shoope, Tokopedia, Bukalapak. (7) Modal, modal untuk melakukan kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan, misalnya dalam pembelian bahan baku, pembayaran karyawan dan lain-lain. Adapun faktor pendukung *eksternal* dalam orientasi kewirausahaan meliputi; (1) Konsumen, dari beberapa produk perusahaan MCH merupakan permintaan konsumen seperti tas ransel yang diberi aksesoris. (2) Demografi, perusahaan menyesuaikan harga dengan kondisi masyarakat pada umumnya. (3) Pemasok, penyedia bahan baku perusahaan dari Magelang yang mana sudah terjamin kualitasnya. (4) Pesaing, sekitar perusahaan MCH banyak yang membuka perusahaan dengan menjual produk sejenis. Dari tindakan-tindakan orientasi kewirausahaan yang dilakukan perusahaan ada juga faktor penghambatnya, yaitu; (1) Kelompok, sudah tidak beroperasinya toko Grosir Tas Pasar Wisata akibat perbedaan persepsi. (2) Lokasi, ketidakikutsertaan dalam pameran karena lokasinya jauh. (3) selera konsumen, tas ransel dengan banyak ruang. Strategi bisnis yang digunakan perusahaan

merupakan: (1) Seluruh produk perusahaan merupakan produk Leechoir yang menggunakan bahan kulit sapi Grade A, tetapi ada beberapa sisa produk yang masih menggunakan kulit buaya seperti ikat pinggang dan dompet. Sedangkan produk Leechoir yang berupa jaket menggunakan kulit domba dan masih di produksi sampai sekarang. (2) Pada akhir bulan Juni 2020 perusahaan mengadakan promo 30% pada penjualan online, hal itu untuk meningkatkan penjualan produk selama masa pandemi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat ditarik saran yang bermanfaat bagi perusahaan tersebut :

1. Saat melakukan kolaborasi harusnya dibuat manajemen yang terstruktur sehingga rantai komando yang jelas, supaya tidak terjadi perdebatan antar UKM.
2. Saat mengikuti gelar pameran hendaknya perusahaan mencari jaringan seluas-luasnya dengan pemasok atau mungkin konsumen. Konsumen yang dimaksud merupakan konsumen yang bergerak dalam bidang instansi, yang nantinya perusahaan dapat menyediakan sepatu, tas pelatihan dan lain-lain.
3. Saat mau mengikuti gelar pameran yang berlokasi jauh, hendaknya perusahaan menggali informasi lebih dalam mengenai lokasi tersebut. Untuk mengetahui apakah lokasi yang jauh tersebut mempunyai *feedback* yang menguntungkan bagi perusahaan.
4. Untuk mengetahui permintaan konsumen yang berubah-ubah seharusnya perusahaan lebih menggali informasi lebih dalam tentang

perkembangan pasar. Supaya perusahaan dapat menyesuaikan dengan permintaan konsumen.

5. Perusahaan baiknya mempertahankan produk Leechoir sebagai produk unggulan perusahaan. Atau mungkin perusahaan melakukan inovasi produk Leechoir khususnya tas menjadi tas yang multifungsi.