

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya tentang model bisnis kanvas dan strategi pengembangan sentra industri alas kaki di Cibaduyut maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menggambarkan sembilan elemen model bisnis kanvas pada sentra industri alas kaki di kawasan Cibaduyut yaitu:

- a) Segmen Pelanggan daerah Jawa, Sumatra, Kalimantan dan Sulawesi yang mencakup kalangan bawah, menengah dan atas.
- b) Proporsi Nilai yakni model terbaru, kualitas bahan baku, jaminan barang, adanya jasa pengembalian bila ada barang yang rusak, proses pembuatan alas kaki dengan teknik *handmade* dan adanya jasa kustomisasi. Selanjutnya pada pelayanan, pengrajin melayani pelanggan dengan sopan dan ramah, teratur dalam melayani pelanggan yang melakukan pemesanan, adanya kemudahan bagi pelanggan dalam menggunakan jasa pelayanan pengrajin dan pengrajin memberikan jaminan mengenai ketetapan waktu penyelesaian pesanan.
- c) Pengrajin menyalurkan produknya dengan berbagai cara seperti melalui outlet/toko, melalui internet, menjadi *supplier* dan melalui pameran.
- d) Dalam menjaga hubungan ke pelanggan, sebagian besar pengrajin langsung melayani pelanggan mereka. Untuk menjaga agar pelanggan

tetap menggunakan jasa pengrajin, pengrajin selalu menginformasikan produk melalui SMS, media sosial ataupun melalui *website*.

- e) Arus pendapatan pengrajin alas kaki berasal dari penjualan produk alas kaki saja, hanya sedikit pengrajin yang memiliki pendapatan dari penjualan bahan baku.
- f) Sumber Daya Utama meliputi (1) aspek fisik yakni gedung, mesin dan alat transportasi, (2) untuk aspek intelektual sebagian besar pengrajin belum memiliki merek mereka sendiri. (3) dalam aspek manusia, pengrajin telah memiliki tenaga kerja yang berkualitas dan (4) pada aspek keuangan yakni modal pribadi.
- g) Kegiatan Utama pada sentra industri alas kaki di kawasan Cibaduyut yakni produksi, distribusi, dan Pemasaran.
- h) Mitra kerja yakni supplier tetap, pengesol, pengelem, dan desainer alas kaki serta sebagian kecil menggunakan jasa UPT.
- j) Struktur biaya yakni biaya produksi, biaya karyawan, biaya pemasaran dan biaya operasional.

Menurut hasil analisis elemen terkuat ialah proposisi nilai karena pada elemen ini memiliki berbagai keunggulan dari pesaing sejenis, seperti ; model terbaru, kinerja, kustomisasi, *handmade*, desain, dan kenyamanan/kegunaan. Elemen terlemah ialah kemitraan karena pada elemen ini kurang adanya kerjasama yang terjalin antara pengrajin dan pemerintah dalam mengembangkan industri alas kaki di kawasan Cibaduyut.

2. Alternatif strategi paling utama dari hasil analisis SWOT yang mewakili setiap kuadran yakni bekerjasama dengan lembaga pemerintah untuk memperluas pangsa pasar (*Strenght-Opportunity*), meningkatkan penggunaan teknologi dalam kegiatan produksi maupun pemasaran (*Weakness-Opportunity*), melakukan koordinasi dengan para *stakeholder* di sentra Cibaduyut dalam inovasi produk alas kaki (*Strenght-Threat*), dan dengan menjalin kerjasama antar lembaga dan pengrajin guna meningkatkan produksi alas kaki (*Weakness-Threat*).

5.2 Saran

Dari kesimpulan di atas, maka saran yang akan di sampaikan adalah

1. Perlunya peningkatan koordinasi dan sosialisasi kerjasama antara pengrajin dan pemerintah dalam membentuk sentra industri alas kaki yang berdaya saing dalam lingkup nasional maupun internasional yang mana saling menguntungkan kedua belah pihak terkait.
2. Pelaku UKM sebagai inti pada industri alas kaki harus meningkatkan wawasan dan polar pikir mereka agar dapat meningkatkan usahanya. Selanjutnya pada peran lembaga pemerintah sebagai aktor pendukung harus berperan aktif dalam hal memberikan bantuan berupa bimbingan, penyuluhan, pembinaan serta pendidikan kepada para pengrajin dalam hal sumber daya manusia, manajemen pemasaran, maupun penguasaan teknologi agar alas kaki.