

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT, CV. Yosvindo Anugerah menempati posisi strategis pada kuadran I (growth). Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang dominan dibandingkan dengan kelemahan, sehingga mampu menjadi landasan yang kuat dalam menjalankan aktivitas operasional dan mendukung pengembangan usaha. Selain itu, dari aspek eksternal, perusahaan juga berada pada situasi yang relatif menguntungkan, karena peluang yang tersedia lebih besar daripada ancaman yang dihadapi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik, dengan dukungan lingkungan bisnis yang memberikan ruang optimalisasi potensi secara lebih luas.

Dengan kondisi strategis tersebut, CV. Yosvindo Anugerah berada pada posisi ideal untuk menerapkan strategi pertumbuhan yang bersifat proaktif, seperti diversifikasi produk, ekspansi pasar, peningkatan kualitas layanan, serta optimalisasi efisiensi operasional. Namun demikian, meskipun peluang yang tersedia lebih dominan, ancaman eksternal yang cukup signifikan tetap perlu menjadi perhatian. Oleh karena itu, diperlukan upaya antisipatif melalui penyusunan strategi adaptif, misalnya dengan memperluas target pasar, memperkuat daya saing, serta menciptakan inovasi yang berkelanjutan. Dengan langkah-langkah tersebut, perusahaan diharapkan tidak hanya mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya, tetapi juga meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi dalam industri secara jangka panjang.

Adapun kekuatan utama yang dimiliki perusahaan meliputi keberagaman variasi produk yang ditawarkan, harga yang kompetitif di pasar, jaringan kerja sama yang luas, serta efisiensi penggunaan mesin produksi dalam menunjang proses operasional. Kekuatan tersebut memberikan nilai tambah dalam menghadapi persaingan dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.

Selain itu, peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan cukup besar, misalnya dengan mengembangkan produk baru yang sesuai tren serta melakukan ekspansi ke wilayah pemasaran yang lebih luas. Namun demikian, perusahaan juga memiliki beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, antara lain keterbatasan pada sumber daya manusia, lokasi usaha yang kurang mendukung, serta adanya ancaman dari pelanggan utama yang berpotensi beralih kepada pesaing.

Meskipun demikian, dominasi kekuatan internal serta peluang eksternal yang tersedia memungkinkan perusahaan untuk terus bertumbuh dan meningkatkan daya saingnya. Dengan pengelolaan strategi yang tepat, CV. Yosvindo Anugerah memiliki prospek yang cerah untuk memperluas pasar, meningkatkan kepuasan konsumen, serta mempertahankan keberlanjutan usahanya di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian di atas, adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk CV Yosvindo dan Penelitian selanjutnya yakni sebagai berikut:

1. Manfaatkan jejaring luas dan mesin produksi yang efisien untuk mengembangkan produk baru serta memasuki segmen pasar perhotelan. Perusahaan dapat memaksimalkan jaringan mitra bisnis, pemasok, dan distribusi yang telah terbentuk selama ini sebagai fondasi untuk memperluas

lini produk. Selain itu, efisiensi mesin produksi yang sudah dimiliki dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan produk yang memenuhi kebutuhan dan standar yang berlaku di industri perhotelan. Langkah ini diharapkan dapat membuka peluang bisnis baru, memperbesar pangsa pasar, dan meningkatkan diversifikasi pendapatan.

2. Tingkatkan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Sumber daya manusia yang kompeten merupakan aset penting dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Oleh karena itu, perlu dilakukan investasi berkelanjutan dalam pelatihan teknis, pengembangan kepemimpinan, serta peningkatan soft skills karyawan agar mereka mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. SDM yang unggul akan menjadi motor penggerak dalam mendorong inovasi dan efisiensi operasional.
3. Kurangi ketergantungan pada pelanggan utama dengan memperluas pasar serta memanfaatkan strategi pemasaran digital secara maksimal. Untuk menjaga stabilitas dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, penting bagi perusahaan untuk mengurangi risiko yang muncul akibat terlalu bergantung pada segelintir pelanggan utama. Hal ini bisa dilakukan dengan mencari pasar baru, baik di dalam maupun luar negeri, serta mengoptimalkan kanal digital seperti media sosial, website, dan e-commerce untuk menjangkau pelanggan baru secara lebih luas dan efektif.

4. Optimalkan pemanfaatan mesin produksi guna menekan biaya operasional dan meningkatkan daya saing produk. Penggunaan mesin produksi yang optimal tidak hanya akan meningkatkan efisiensi proses manufaktur, tetapi juga dapat menurunkan biaya produksi per unit. Dengan biaya yang lebih kompetitif, perusahaan akan memiliki fleksibilitas harga yang lebih baik di pasar serta mampu bersaing dengan produk-produk sejenis, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.