

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Bab kesimpulan dan saran merupakan bab terakhir dalam penelitian ini yang telah dilakukan. Bab ini berupa kesimpulan dan saran atas hasil penelitian yang telah dilakukan.

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan rekomendasi yang telah dilakukan di dalam penelitian ini maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa faktor masalah yang dipetakan pada diagram tulang ikan, yaitu kelas metode belum sepenuhnya terlatih, strategi belum diterapkan, dan strategi belum sepenuhnya diterapkan. menciptakan hubungan kerja yang berkelanjutan. Paling tidak kategorinya masih berupa kalender kurang motivasi dan ramah pembangunan, kurang kontinuitas komunikasi yang berkesinambungan dan masih kurang keterbukaan dan penerapan informalitas. penanggulangan Kemudian modal dalam kategori uang adalah halal sebagai alat tukar, modal selalu yang belum cukup, hal yang paling merupakan keakraban. Dalam kategori Modal Malchine berupa semua perangkat tradisional dan tradisional, perangkat keuangan modern termasuk Modal. Sedangkan pembelian anak ayam halal di kelas Maltese dikarenakan penjual garam dan kualitas ayam yang kurang berkualitas serta harga anak ayam yang mahal. Selain itu, pada kategori lingkungan yaitu berupa kondisi keuangan yang tidak stabil, interaksi kompetitor, ekonomi global yang melemah, kalender global yang berubah.
2. Hasil pengukuran kinerja yang telah dilakukan penelitian pada tambak XYZ melalui metode analisis SWOT lalu disusun berdasarkan empat perspektif *Balanced Scorecard* (BSC) menghasilkan 11 KPI yang terdiri dari 2 KPI Perspektif Financial, 3 KPI Perspektif *Customer*, 3 KPI Perspektif *Internal Business Process*, dan 3 KPI Perspektif *Learning and Growth*. Berdasarkan *traffic light system* terdapat 2 KPI dengan capaian warna hijau, 3 KPI dengan capaian warna kuning, dan 6 KPI dengan capaian warna merah. Berikut KPI dari hasil pengukuran kinerja pada tambak XYZ:

- a. KPI F1 – meningkatkan pendapatan, termasuk kedalam kategori warna kuning, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar 17.88%.
- b. KPI F2 – meminimalisir biaya, termasuk ke dalam kategori warna kuning, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar 10.08%.
- c. KPI C1 - termasuk kedalam kategori warna merah, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar -63.64% yang mana dapat dikendalikan dengan meningkatkan minimal 7 pembeli atau bandar.
- d. KPI C2 - meningkatkan kerjasama antar setiap anggota rantai pasok, termasuk kedalam kategori warna merah, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar -13.33% yang mana dapat dikendalikan dengan meningkatkan minimal 2 kerjasama.
- e. KPI C3 - meningkatkan pelayanan distribusi dan meminimalisir margin pada setiap rantai pasok, termasuk kedalam kategori warna merah, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar -50% yang mana dapat dikendalikan dengan meningkatkan minimal 1 strategi.
- f. KPI IBP1 - peningkatan hasil tambak, termasuk kedalam kategori warna kuning, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar 22.43%.
- g. KPI IBP2 - meningkatkan kualitas tambak, termasuk kedalam kategori warna hijau, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar 152.50%.
- h. KPI IBP3 - meningkatkan produksi dan kualitas produk akhir, termasuk kedalam kategori warna hijau, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar 127.43%.
- i. KPI LG1 - pengembangan lahan dan kolam, termasuk kedalam kategori warna merah, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar -50% yang mana dapat dikendalikan dengan meningkatkan minimal 2 lahan/kolam.

- j. KPI LG2 - peningkatan fasilitas dengan teknologi, termasuk kedalam kategori warna merah, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar -60% yang mana dapat dikendalikan dengan meningkatkan minimal 3 teknologi/alat.
  - k. KPI LG3 - mengikuti penyuluhan atau pelatihan, termasuk kedalam kategori warna merah, dimana dapat dinilai bahwa pencapaian yang telah dilakukan sebesar -0% yang mana dapat dikendalikan dengan meningkatkan minimal 2 pelatihan.
3. Seiring meningkatnya nilai permintaan produk udang Aldalnyal, maka disarankan rekomendasi strategi supply chain yang tepat untuk mengantisipasi permintaan Aldallah yang terus meningkat dengan pertumbuhan atau pendapatan Aldalnyal sebagai berikut:
- a. Strategi dalam pengembangan lahan/kolam tambak guna untuk meningkatkan jumlah produk akhir
  - b. Strategi dalam menjalin komunikasi berkelanjutan antar pelaku rantai pasok yang dapat meningkatkan komitmen dan kepercayaan antar pelaku rantai pasok
  - c. Strategi yang menggunakan fasilitas teknologi modern guna untuk meminimalisir resiko dalam menghadapi cuaca yang tidak stabil serta kesalahan manusia yang tidak disengaja atau tidak dapat dihindarkan.

Dengan adanya strategi – strategi tersebut dapat meningkatkan kinerja usaha tambak xyz dalam menghadapi permintaan produk udang vaname yang semakin meningkat.

## 6.2 Saran

Dari hasil penelitian yang didapatkan, terdapat beberapa saran yang dapat di telaah oleh pemilik tambak atau peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pemilik tambak, agar dapat melakukan pengembangan usaha dengan menambahkan kolam/lahan lainnya untuk meningkatkan jumlah produksi, sehingga dapat memenuhi banyaknya permintaan bandar/pembeli yang

semakin meningkat. Serta selalu menjaga dan menjalin komunikasi antar pelaku rantai pasok, guna untuk meningkatkan komitmen dan kepercayaan satu sama lainnya. Dan dapat menerapkan fasilitas – fasilitas teknologi modern lainnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengukur loyalitas pembeli, serta dapat mengukur pengukuran kinerja dengan membandingkan tambak-tambak lainnya yang ada pada satu kota. Selain itu diharapkan dapat mengukur rantai pasok mulai dari perusahaan benur hingga pelanggan, dan dapat mengukur tingkat kepuasan antar anggota rantai pasok. Dengan adanya peneliti selanjutnya yang mengukur hal tersebut dapat menjadi acuan tambak untuk memperoleh dan mengembangkan target pasar dan inovasi baru lainnya.