

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Bedasarkan nilai realisasi dan target dari UD IM Mubarak *Furniture*, total skor keseluruhan perspektif adalah 5. Nilai rating kinerja yang didapatkan UD IM Mubarak *Furniture* adalah sebesar 0,45. Berdasarkan skala rating kinerja, kinerja UD IM Mubarak *Furniture* termasuk dalam kategori cukup baik.

Hasil pengukuran yang mendapat kategori kurang adalah *Customer Acquisition*, Produk cacat dan Retensi Karyawan. Pada retensi karyawan, tahun 2017 terdapat 1 orang karyawan yang keluar dikarenakan faktor pribadi yaitu mendirikan usaha sendiri. Saran yang diberikan penulis adalah pada perspektif bisnis internal adalah melakukan pelatihan kepada karyawan agar semakin handal dalam mengerjakan pekerjaannya, sehingga kemungkinan terjadinya produk cacat bisa lebih berkurang, sementara pada perspektif pelanggan dengan tolak ukur *Customer Acquisition* dapat ditingkatkan lagi dengan melakukan promosi. Pelanggan UD IM Mubarak *Furniture* kebanyakan adalah pemilik usaha mebel. UD IM Mubarak *Furniture* dapat memanfaatkan social media sebagai sarana promosi dan untuk memperluas segmen pasar. UD IM Mubarak *Furniture* dapat melakukan promosi di jejaring sosial seperti Instagram, dan Facebook. Selain itu, UD IM Mubarak *Furniture* dapat memanfaatkan marketplace yang sudah ada seperti shopee, bukalapak dan tokopedia.

6.2. Saran

Saran yang direkomendasikan peneliti kepada beberapa pihak setelah dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pihak UD IM Mubarak *Furniture* perlu mempertimbangkan dengan baik pelaksanaan rekomendasi yang telah disusun peneliti sebagai upaya untuk mengembangkan UD IM Mubarak *Furniture*.

2. Untuk kedepannya pihak UD IM Mubarak *Furniture* sebaiknya dalam menjalankan bisnisnya jangan hanya fokus terhadap aspek keuangan saja, dalam mencapai kinerja yang baik, perlu mempertimbangkan aspek nonfinansialnya juga yaitu aspek pertumbuhan dan pembelajaran, aspek proses bisnis internal serta aspek customer atau pelanggan.

