

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Batik Trusmi Cirebon dalam menghadapi persaingan usaha terutama di era digitalisasi terdapat pada hal produksi dan kegiatan pemasaran yang dilakukan.
2. Manajemen produksi yang dimiliki BT Batik Trusmi yakni dimana BT Batik Trusmi tidak memproduksi bahan baku kain sendiri, mereka lebih memilih untuk memperolehnya dari pihak kedua. Namun dalam hal pengelolaan bahan bakunya BT Batik Trusmi melakukannya secara mandiri, dengan cara mengirim bahan baku kain kepada setiap pengrajin batik yang telah di sebar luaskan di sekitar Cirebon yang kemudian di produksi menjadi batik tulis, batik cap, dan juga batik printing.
3. BT Batik Trusmi Cirebon merupakan pengrajin batik tradinional yang mengembangkan usahanya melalui digital sebagai media pemasarannya. Dalam perencanaan strategi pemasaran untuk memasarkan produk-produk batiknya, BT Batik Trusmi melakukan pemasangan banner disetiap jalan tol daerah Cirebon dan juga disetiap sisi jalanan Cirebon juga perusahaan memasang banner-banner kecil. Dan juga melakukan kerja sama dengan berbagai artis terkenal Indonesia.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini, diharapkan bagi perusahaan dapat menerapkan kebijakan yang baik, guna kesejahteraan pegawainya. Sehingga perusahaan dapat berjalan dengan baik sebagaimana semestinya. Terutama dalam hal manajemen produksi dan juga manajemen pemasaran.

2. Bagi Akademisi

Skripsi ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi para akademisi pada persoalan pentingnya manajemen produksi dan pemasaran dalam suatu perusahaan dan juga tentang strategi bisnis lainnya.

3. Bagi Penulis

Untuk penulis lain diharapkan bisa lebih memperluas lagi pembahasan tentang analisis persaingan usaha di era digitalisasi baik di perusahaan fashison atau di perusahaan lainnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya

