

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi UMKM dalam meningkatkan daya saing para pelaku UMKM Produksi Fashion di Desa Tegal Gubug Arjawinangun Cirebon baik dari pihak pengelola maupun para UMKM yaitu dengan cara menjaga kualitas barang yang diproduksinya, selalu melakukan inovasi produk seperti *update* model yang sedang banyak diminati para pembeli serta memasarkan produknya melalui media sosial seperti aplikasi TG Shop sehingga bukan hanya di offline namun online pun juga tersedia serta memperbaiki sistem pembukuan mengenai pengelolaan keuangan.
2. Analisis SWOT kekuatan kelemahan, peluang, dan ancaman, produk UMKM di Desa Tegal Gubug Arjawinangun Cirebon yaitu untuk kondisi internal faktor kekuatan bernilai 1,95 dan faktor kelemahan 1,47 sedangkan kondisi eksternal untuk faktor peluang bernilai 1,56 dan faktor ancaman bernilai 1,44. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Daya saing UMKM fashion Pasar sandang tegal gubug ini berada pada kuadran I, hal tersebut merupakan situasi menguntungkan dimana UMKM memiliki peluang dan kekuatan yang sangat baik.

B. Saran

1. Bagi UMKM

Diharapkan agar selalu menjaga keberlangsungan usahanya. Terutama dalam hal pemasaran teknologi digital yang mana para UMKM fashion di pasar sandang tegal gubug ini sangat minim akan pemasaran melalui media online, Selain itu agar dapat meningkatkan kualitas produknya sehingga mampu bersaing dengan UMKM lainnya.

2. Bagi Pemerintah

Diharapkan dapat memberikan bantuan modal tambahan terhadap para UMKM fashion di pasar sandang tegal gubug ini. Selain itu pemerintah juga diharapkan dapat memperkenalkan dan mempromosikan secara luas kedia sosial mengenai pasar sandang tegal gubug ini.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada pembaca mengenai analisis daya saing umkm fashion di pasar sandang tegal gubug. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah permasalahan yang digunakan mengingat dalam penelitian ini hanya membahas mengenai daya saing serta analisis SWOT saja.

