

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan mengenai kinerja dan strategi *Preciousgift* NTT yang telah diukur menggunakan pengukuran berbasis *Balance Scorecard* dari keempat perspektif yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari seluruh analisis kinerja dan strategi yang diambil *Preciousgift* NTT sebagai berikut :

1. Perspektif Keuangan

- a.) Rasio Profitabilitas

1. *Gross Profit Margin*

Rata-rata rasio *Gross Profit Margin* pada *Preciousgift* NTT selama tahun 2023 sebesar 63,96%, menunjukkan kinerja keuangan yang cukup baik.

2. *Net Profit Margin*

Rata-rata rasio *Net Profit Margin* pada *Preciousgift* NTT selama tahun 2023 sebesar 63,96%, menunjukkan kinerja keuangan yang cukup baik dan perlu diperbaiki.

b.) Rasio Biaya Pendapatan

Rata-rata rasio biaya pendapatan pada *Preciousgift* NTT selama tahun 2023 sebesar 40%, menunjukkan biaya pendapatan yang dikeluarkan cukup baik untuk memperoleh pendapatan yang besar.

c.) Rasio Efisiensi

Rata-rata rasio efisiensi pada *Preciousgift* NTT selama tahun 2023 sebesar 42,2% dan sangat efisien. Ini menunjukkan bahwa total biaya yang dikeluarkan sangat baik untuk memperoleh pendapatan yang tinggi.

Strategi yang perlu diambil dalam perspektif keuangan yaitu dengan meningkatkan penjualan produk melalui media sosial instagram yang dimiliki saat ini dan memanfaatkan *platform e-commerce* dan *marketplace* seperti shopee, tokopedia, lazada dan tik tok shop untuk memperluas jangkauan pasar. Untuk mengefisiensi biaya *Preciousgift* NTT dapat membeli bahan baku dari agen pertama tanpa perantara sehingga memperoleh harga yang lebih murah tetapi tetap memperhatikan kualitas sehingga produk yang dihasilkan dapat memiliki nilai jual yang tinggi. Dengan bahan baku yang ada dapat mengkreasikan produk baru yang lebih kekinian sehingga harga jualnya dapat bertambah.

2. Perspektif Pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari 24 responden, kinerja *Preciousgift* NTT dari perspektif pelanggan menunjukkan kepuasan

yang baik dari pelanggan. Strategi yang diambil yaitu tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta menjaga kepercayaan pelanggan.

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

a.) Proses inovasi pada *Preciousgift* NTT masih dalam proses pembelajaran dari produk sejenis dari dalam dan luar negeri ditambah dengan kreativitas dari pemilik.

b.) Proses operasi pada *Preciousgift* NTT sudah baik karena menggunakan katalog digital yang menyediakan berbagai informasi mengenai produk sampai pada proses pengiriman kepada konsumen.

c.) Proses purnajual pada *Preciousgift* NTT sudah baik karena memiliki garansi jika terjadi kerusakan pada produk pada saat pengiriman.

Strategi yang perlu diambil *Preciousgift* NTT dalam perspektif proses bisnis internal yaitu dengan membuat kampanye retargeting untuk menjangkau situs web atau link pemesanan bagi para pengunjung yang belum melakukan pembelian. *Preciousgift* NTT juga dapat membuat konten yang lebih menarik dengan menggunakan gambar, video dan cerita untuk menarik minat pembeli.

4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan diukur dengan dua indikator yaitu kepuasan pegawai terhadap lingkungan kerja dan kehadiran pegawai.

- a.) Pegawai *Preciousgift* NTT secara umum merasa puas dan nyaman dengan lingkungan kerja baik secara fisik maupun sosial.
- b.) Tingkat kehadiran pegawai secara umum juga dinilai baik.

Strategi yang perlu diambil *Preciousgift* NTT dalam perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan yaitu dengan pemberian berbagai pelatihan dan motivasi kepada karyawan, sehingga karyawan memiliki rasa percaya diri yang tinggi dan produktivitas yang tinggi sehingga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang disampaikan, berikut adalah beberapa saran untuk *Preciousgift* NTT:

- 1.) Untuk meningkatkan pendapatan, *Preciousgift* NTT perlu meningkatkan penjualan baik secara online maupun offline.
- 2.) Untuk pengembangan usaha, *Preciousgift* NTT perlu mempertahankan dan meningkatkan kinerja baik dari perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.