

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian hasil analisis SWOT yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

- A. Hasil matriks IFE menunjukkan bahwa skor total yang didapatkan bisnis UD BOKRIE adalah 3,014 ($> 2,50$) sehingga bisnis ini sudah dapat dikatakan baik dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan mengatasi kelemahan yang ada.
- B. Hasil matriks EFE pada menunjukkan bahwa skor total yang didapatkan bisnis UD BOKRIE adalah 2,956 ($> 2,50$) sehingga bisnis ini sudah dapat dikatakan baik dalam memanfaatkan peluang yang ada dan mampu mengatasi ancaman yang mungkin terjadi
- C. Berdasarkan hasil dari matriks IE, bisnis UD BOKRIE berada di kuadran IV yaitu *grow and build* maka strategi yang dipilih adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

D. Usulan strategi perkembangan yang dapat dilakukan oleh UD BOKRIE untuk menerap strategi pemasaran adalah sebagai berikut

1. Mengikuti pameran UKM di Kab Gresik, maupun kota sekitar
2. Menambah varian rasa produk olahan kacang mente
3. Memasarkan produk di toko oleh oleh, minimarket, atau rumah makan
4. Memasarkan produk menggunakan bantuan *e-commerce*
5. Mengurangi berat produk untuk mempertahankan harga pasar
6. Peningkatan kualitas produk dan menambah jenis olahan produk
7. Meningkatkan kualitas kemasan agar lebih menarik
8. Membuka outlet dilokasi yang lebih strategis
9. Memperluas kerja sama dengan mitra bisnis
10. Memberikan harga diskon dan grosir pada pembelian tertentu
11. Mengadakan sistem penjualan *reseller* untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ada beberapa saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya UD Bokrie menerapkan Growth Strategy (strategi pertumbuhan) yang telah dihasilkan, sehingga UD Bokrie mampu untuk bersaing dengan UKM lainnya yaitu dengan cara melakukan kreatifitas dan terus berinovasi untuk membuat produk baru yang lebih menarik tanpa meninggalkan cita rasa dan kualitas dari produk sebelumnya, dan juga memanfaatkan teknologi saat ini untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan internet ataupun social media (facebook, whatsapp, instagram, shopee dll) dalam mempromosikan produk agar dikenal oleh semua kalangan.

