

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Bedasarkan analisa SWOT dapat di ketahui Kekuatan Kelamahan.Peluang.Ancaman di hadapi oleh UKM Bu Muzana

##### **Kekuatan (*Strength*)**

- Produk tidak menggunakan pengawet
- Memiliki cita rasa yang enak
- Harga terjangkau dan murah
- Hubungan yang baik karyawan UKM
- Komunikasi yang baik antara pemilik usaha dan karyawan
- Hubungan yang baik dengan pelanggan

##### **Kelemahan (*Weakness*)**

- Produk tidak tahan lama
- Sulit mendapatkan pekerja tetap dan berpengalaman
- Kemasan olahan ikan bandeng belum ada vacuum produk
- Terbatasnya modal
- Pengetahuan tentang pemasaran dari pemilik masih rendah
- Tata letak lokasi kerja yang belum tertata baik

##### **Peluang (*Opportunity*)**

- Kemajuan teknologi
- Peningkatan industri makanan dan minuman
- Adanya lembaga simpan pinjam
- Hubungan baik dengan pemasok bahan baku
- Banyak bermunculan tempat – tempat wisata kuliner

### **Ancaman (*Threat*)**

- Ancaman dari pesaing sejenis
- Harga bahan baku cenderung naik
- Banyak varian produk pesaing yang baru
- Selera konsumen berubah – ubah
- Penurunan daya beli olahan ikan bandeng ke konsumen

Setelah dilakukan pengolahan data dari faktor internal dan eksternal beserta skor pembobotan yang di dapat bahwa perusahaan berada pada divisi sel V ya dengan masing-masing bobot IFE 2,269 dan EFE 2.266 dimana dalam sel tersebut memberikan arti bahwa perusahaan dapat melaksanakan strategi mempertahankan dan memelihara (hold and maintain), Strategi yang sering digunakan di divisi ini adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Kemudian dari 4 kriteria utama yang telah diberi pembobotan dengan AHP, strategi SO yang meliputi menambah tenaga kerja guna memproduksi model produk baru, menjaga hubungan baik dengan tenaga kerja, pemasok, buyers dan distributor, dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas menjadi kriteria tertinggi dengan bobot sebesar 0,463. Strategi SO bisa menjadi alternatif strategi guna meningkatkan volume penjualan olahan ikan bandeng di UKM Bu Muzana

## **6.2 Saran**

Sedangkan saran-saran untuk perencanaan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan produk olahan ikan bandeng di UKM Bu Muzana berdasarkan Isi penelitian ini adalah

### **6.2.1 Saran Untuk Perusahaan**

- Dalam meningkatkan penjualan olahan ikan bandeng hendaknya manajemen tidak terfokus pada strategi-strategi pemasaran yang diterapkan saat ini. Dengan memasarkan produknya di konsumen konsumen yang tetap, dan tidak mengembangkan produk

- Diharapkan pihak perusahaan bisa mencoba menerapkan usulan perencanaan strategi pemasaran yang sudah diajukan berdasarkan hasil analisa SWOT dan Analytical Hierarchy Process (AHP) yaitu;
  - ❖ Dapat menambah tenaga kerja guna memproduksi produk baru untuk memenuhi keinginan konsumen.
  - ❖ . Menjaga hubungan baik dengan tenaga kerja, pemasok, buyers dan distributor agar selalu konsisten dalam memproduksi produk kepada konsumen.
  - ❖ . Menjaga kualitas bahan baku dan harga agar konsumen tidak beralih ke perusahaan lain.
  - ❖ Memanfaatkan teknologi masa kini guna meningkatkan promosi produk untuk memperluas area promosi.

#### **6.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya**

- Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal Dalam kuesioner hendaknya peneliti dapat mencantumkan variabel-variabel pemasaran, peneliti& pengembangan, produksi, sumber daya manusia dan keuangan untuk inter dan variabel-variabel sosial ekonomi, teknologi, pemasok pesaing dan pemerintah untuk eksternal.
- Dalam matrik SWOT peneliti harus bisa memilih strategi strategi yang lebih tepat untuk perusahaan. Contoh dari matrik SWOT yang telah diteliti: Dengan minimnya promosi perusahaan bisa memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi yang lebih gencar.