

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Usaha Keripik Kentang Bakti Rizky Kota Padang yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Lingkungan internal strategis pada usaha Keripik Kentang Bakti Rizky berupa kekuatan utama yaitu harga produk yang terjangkau bagi semua kalangan dan mengikuti harga pasaran produk sejenis, tidak menghasilkan limbah yang berbahaya, dan bahan baku mudah didapatkan. Sedangkan kelemahan utama yaitu kemasan produk kurang menarik dan efisien serta belum adanya inovasi produk keripik kentang. Pada lingkungan eksternal yang menjadi peluang utama yaitu pedagang pengecer yang menjadi mitra lebih banyak dibandingkan pesaing menjadikan peluang bagi usaha ini, selain itu selera masyarakat yang cocok dengan produk keripik kentang dan bantuan pemerintah daerah memfasilitasi usaha dalam pengurusan izin usaha dan label halal. Sedangkan yang menjadi ancaman yaitu cuaca yang tidak menentu dan adanya produk substitusi.
2. Perumusan strategi yang dihasilkan pada analisis SWOT adalah sebagai berikut: 1) Mempertahankan harga jual yang terjangkau untuk segala kalangan 2) Menjalin kerjasama lebih banyak dengan pemasok bahan baku dan pedagang pengecer 3) Memperluas pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi yang lebih modern 4) Meningkatkan upaya pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi 5) Berkerja sama dengan dinas terkait pelatihan, promosi, desain kemasan, pameran 6) Meningkatkan kualitas produk melalui pengolahan yang modern 7) Bekerja sama dengan pemasok bahan baku agar tidak mengalami kesulitan ketersediaan bahan baku 8) Meningkatkan kepercayaan konsumen dengan mempertahankan bahan baku yang berkualitas, meskipun terjadi kenaikan harga bahan baku 9) Melakukan inovasi produk berupa kemasan yang menarik dan variasi rasa seperti rasa pedas dan keju sehingga meningkatkan minat beli masyarakat dan membedakan dari pesaing. Pada diagram analisis

SWOT, maka diperoleh strategi pada Usaha Keripik Kentang Bakti Rizky yaitu strategi S-O, terdapat tiga alternatif yang dihasilkan dengan menyelaraskan matriks SWOT dengan diagram SWOT, yaitu :

- a. Mempertahankan harga jual yang terjangkau untuk segala kalangan
- b. Menjalinkan kerjasama lebih banyak dengan pemasok bahan baku dan pedagang pengecer
- c. Memperluas pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi yang lebih modern

Hasil analisis QSPM, yang menjadi prioritas strategi pertama yaitu Memperluas pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi yang lebih modern.

## **B. Saran**

1. Adapun saran yang dapat diberikan untuk pelaku usaha yaitu pelaku usaha juga diharapkan mampu memanfaatkan sosial media dan *e-commerce* dalam melakukan pemasaran, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Meminimalisir biaya produksi agar tetap mempertahankan harga jual yang terjangkau. Selain itu, menggunakan teknologi yang tepat guna dan modern sehingga dapat meningkat hasil dan kualitas dalam pengolahan keripik kentang.
2. Saran juga diberikan kepada pihak pemerintah yaitu hendaknya memberikan dukungan terhadap program pengembangan usaha yang ada di daerah setempat yang memiliki potensi yang baik untuk memberikan kontribusi kepada perekonomian daerah.